



**Universitat de Lleida**  
Facultat de Dret, Economia  
i Turisme

# **TREBALL FI DE GRAU**

## **MEMÒRIA FINAL**

**GRAU EN TURISME**

### **Creació i anàlisi d'una visita guiada per a turisme escolar al Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola de Bellpuig**

Autora: Maria Pons Coll

Tutor: Daniel Paül Agustí

Data: Juny 2018

<b>DECLARACIÓ D'AUTORIA I ORIGINALITAT</b>
--

Declaro que sóc l'autor/autora d'aquest treball. El seu contingut és original i totes les fonts utilitzades han estat degudament citades sense incórrer en frau o plagi.

En cas contrari, conec i accepto les mesures disciplinàries o sancionadores que corresponguin d'acord amb la normativa aplicable.

Lleida, a 06 de juny de 2018

Signatura:

***Maria Pons Coll***

## Resum

Bellpuig, poble amb molts atractius turístics però també amb molt desconeixement d'aquests. En aquest projecte es crea un producte turístic a partir d'un dels recursos més significatius de la vila: el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola. A més en el present estudi s'analitza el turisme escolar, una tipologia de turisme que passa desapercebuda però és important. Així doncs, es pretén unir el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola amb una visita guiada didàctica i lúdica per als alumnes de primària de les escoles del poble: Escola Valeri Serra i Escola Vedruna. Amb la finalitat de demostrar que aquesta tipologia de visites tenen una millor repercussió als alumnes d'entre 6 i 12 anys pel que fa a l'aprenentatge d'història i a la valorització del recurs per part dels més menuts del poble.

**Paraules clau:** turisme escolar, recurs turístic, producte turístic, Bellpuig, Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola, visites guiades lúdiques i visites guiades didàctiques.

## Abstract

Bellpuig, a town with many touristic attractions but also with a lot of ignorance about them. In this project is designed a touristic product based on one of the most significant attractions in town: Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola's Mausoleum. Moreover, in the present study the scholar tourism is analyzed, a important sort of tourism which is mostly unknown instead. Thus, it tries to bring together on the one hand Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola's Mausoleum and on the other hand a didactic and a fun tour guide aimed at the primary schools of the village: Valeri Serra School and Vedruna School. To demonstrate that the results of this kind of guide tours have a better impact to the students between 6 and 12 years old regarding the learning of history and the attraction's value awarded by some of the youngest children in town.

**Keywords:** scholar tourism, touristic attraction, touristic product, Bellpuig, Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola's Mausoleum, fun guide tours and didactic guide tours.

## Agraïments

Primerament agrair al Daniel Paül per dirigir-me aquest treball. Guiar-me i aconsellar-me en tot moment.

Donar les gràcies al Josep Maria i la Montse, cap d'estudi i directora de l'Escola Valeri Serra i l'Escola Vedruna respectivament, per acceptar la proposta des d'un bon principi. A més, agrair al Gerard, l'Isaac, l'Antonieta i l'Alba, la Dolors i l'Adelaida i la Teresa; professores i professors dels diferents cursos per deixar-me una mica del seu temps de docència. I especialment donar les gràcies a tots els alumnes, cadascun d'ells ha sigut imprescindible per portar a terme aquest treball.

Agrair a la Nayra Llonch pels consells sobre la didàctica al turisme.

Donar les gràcies a la regidoria de turisme de l'Ajuntament de Bellpuig per facilitar-me l'accés a l'Església de Sant Nicolau.

Finalment, agrair als meus pares, germans i parella perquè aquest projecte també ha format part del seu dia a dia durant aquest temps.



## **ÍNDEX D'IMATGES**

**Imatges 1, 2 i 3: Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola, la plaça del castell i l'església de Sant Nicolau**

**Imatge 4 i 5: escalinata de l'Església Sant Nicolau i Mausoleu**

**Imatge 6: ruta turística per Bellpuig de l'Oficina de turisme**

**Imatge 7: Situació Bellpuig**

**Imatge 8: el mapa de Bellpuig**

**Imatge 9 i 10: l'escut i la bandera de Bellpuig**

**Imatge 11: Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola**

**Imatge 12 i 13: vista exterior del Convent i el seu claustre**

**Imatge 13, 14, 15 i 16: el claustre i els passadissos**

**Imatge 17, 18, 19 i 20: interior de l'església de Sant Nicolau, Capella dels Dolors, exterior de l'església i escalinata**

**Imatge 21, 22 i 23: la plaça del castell i les vistes des del pati de la part superior**

**Imatge de la 35 a la 41: part de la visita a la plaça del castell**

**Imatge de la 42 a la 47: part de la visita a l'esplanada de l'església**

**Imatges de la 48 a la 53 i de la 59 a la 69: part de la visita al Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola dins l'Església de Sant Nicolau**

**Imatges de la 54 a la 58: part de la visita al Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola dins l'Església de Sant Nicolau**

**Imatge 70: carta**

**Imatge 71: maletí de mà**

**Imatge 72: pistes**

**Imatge 73: objectes per a les explicacions**

**Imatge 74: espasa**

**Imatge 75: alumnes primer curs escola Vedruna**

**Imatge 76: alumnes quart curs escola Valeri Serra**

**Imatge 77: alumnes quart curs escola Vedruna**

**Imatge 78: alumnes cinquè curs escola Valeri Serra**

**Imatge 79, 80 i 81: diversos alumnes realitzant les enquestes finals a l'església de Sant Nicolau**

## **ÍNDEX DE GRÀFICS**

**Gràfic 1: esquema producte turístic**

**Gràfic 2: Elements essencials per la creació d'un producte turístic**

**Gràfic 3: DAFO visita guiada Mausoleu - OT**

**Gràfic 4 i 5: visitants escolars segons tipologia**

**Gràfic 6: evolució taxa de visitants escolars respecte visitants totals segons tipologia**

**Gràfic 7: Taula relació alumnes, cursos i escoles**

**Gràfic 8: calendari**

**Gràfic 9: quantitat de visitants per atractiu turístic**

**Gràfic 10: visitants al Mausoleu 2016**

**Gràfic 11: visitants ruta històrica 2016**

**Gràfic 12: visitants Oficina de Turisme 2016**

**Gràfic 13: procedència dels turistes de les visites al Mausoleu**

**Gràfic 14: procedència dels turistes catalans de les visites al Mausoleu**

**Gràfic 15: quantitat de visitants per atractiu turístic 2017**

**Gràfic 16: visitants al Mausoleu 2017**

**Gràfic 17: visitants a la ruta històrica 2017**

**Gràfic 18: visitants Oficina de Turisme 2017**

**Gràfic 19: procedència dels turistes 2017**

**Gràfic 20: procedència dels turistes catalans 2017**

**Gràfic 21: visitants al Convent de Sant Bartomeu del 2012 al 2016**

**Gràfic 22: total turistes a Bellpuig 2016**

**Gràfic 23: estàndards d'una visita guiada de qualitat**

**Gràfic 24: alumnes primer curs escola Vedruna**

**Gràfic 25: alumnes tercer curs escola Valeri Serra**

**Gràfic 26: alumnes quart curs escola Valeri Serra**

**Gràfic 27: alumnes quart curs escola Vedruna**

**Gràfic 28: alumnes cinquè curs escola Valeri Serra**

## ÍNDEX

<b>1. Introducció.....</b>	<b>9</b>
<b>2. Objectiu.....</b>	<b>12</b>
<b>3. Marc teòric.....</b>	<b>13</b>
3.1. Què és un recurs turístic (RRTT)? I un producte turístic (PT)?	
3.2. La creació d'un producte turístic	
3.2.1. Fases – Procés	
3.3. Turisme escolar	
3.3.1. El turisme escolar als equipaments patrimonials de Catalunya	
3.3.2. Competències en l'educació	
<b>4. Metodologia.....</b>	<b>32</b>
<b>5. El turisme a Bellpuig.....</b>	<b>37</b>
5.1. El poble de Bellpuig	
5.2. Principals atractius turístics	
5.3. Anàlisi del turisme a Bellpuig	
<b>6. Creació d'un PT per a escoles.....</b>	<b>58</b>
6.1. Definició del públic objectiu	
6.2. Elements essencials per la creació	
6.3. Creació visita turística dirigida a públic escolar	

**7. Anàlisi de la coneixença de la història de Bellpuig per part dels alumnes.82**

7.1. Resultats de les enquestes

**8. Conclusions.....98**

**9. Bibliografia / Web grafia.....101**

**10. Annexos.....104**

## 1. INTRODUCCIÓ

Aquest projecte és la creació d'un producte turístic per a turisme escolar a Bellpuig, a través dels recursos turístics del poble. Bellpuig és una població de l'Urgell de 5000 habitants aproximadament. Sota el meu punt de vista el poble de Bellpuig té molt atractiu turístic gràcies a diferents recursos com: el Castell, el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola, el Monestir de Sant Bartomeu; entre altres. Bellpuig es defineix com a poble industrial, així com agrícola-ramader; per tant aprofitant aquests factors és possible crear noves activitats.

Amb tots aquests components històrics, naturals, ... Bellpuig es converteix amb una vila amb un gran potencial atractiu.

Bellpuig, perquè? He escollit aquest entorn ja que vaig néixer i he viscut tota la vida a Bellpuig. Sempre he estat molt orgullosa d'on sóc i del que la meva vila té.

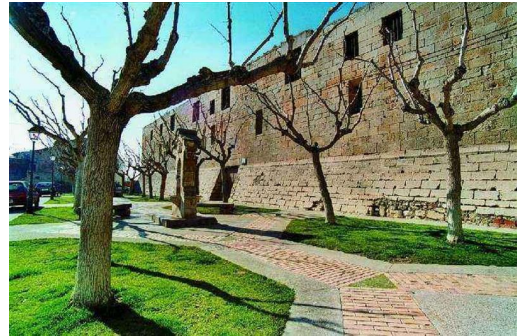
Des de l'escola i també cursant l'ESO ens duïen d'excursió pels llocs d'interès cultural del poble. La història, molt a pinzellades, me la coneixia. Però va arribar un dia en que vaig canviar de parer. A primer curs del grau de turisme, a l'assignatura d'Història de l'art, com a part del projecte final vaig analitzar el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola. I, evidentment, em vaig quedar impressionada. La història que aquest monument constitueix és impressionant. Aquest fet em va fer reflexionar preguntant-me com era possible que amb la quantitat de cops que havia visitat anteriorment el Mausoleu no m'hagués assabentat de la importància i la història que desprèn aquest monument. Així doncs, vaig començar a rumiar. Per què no crear un producte turístic dissenyat pels més menuts del poble, per a que sàpiguen com els avis dels seus avis juntament amb els veïns de la vila van construir la història que sabem avui en dia? I així ho he fet.

Com s'explica anteriorment el tema d'aquest projecte és la creació d'un producte turístic a través d'un recurs principal, el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola. Aquest monument s'ubica a l'Església Sant Nicolau de Bellpuig. La visita consisteix en una ruta per tres llocs principals del poble: la plaça del castell, l'esplanada de l'església i el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola.

### **Imatges 1, 2 i 3: Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola, la plaça del castell i l'església de Sant Nicolau**



*Font: pròpia*



*Font: Vall del Corb*



*Font: festa Catalunya*

Sempre he pensat que hem de saber el què tenim a casa i per tant, hem de conèixer el que ens envolta i sobretot interactuar amb el territori. Tot això és essencial per a poder sentir-se bé allà on vius i poder dir què potser no és el lloc més bonic i entranyable del país, però sí que és molt especial i únic. Per tant, hem de donar valor a allò que hem vist des de petits. No perquè ho hàgim vist sempre vol dir que sigui menys important o valuós. Si fos així, la gent de Barcelona no faria ni cas a la Sagrada Família o tampoc a Les Rambles. Així doncs l'objectiu fonamental és que a través d'una visita guiada especialitzada pels nens i nenes de les escoles de primària del poble coneguin una de les obres més importants de Bellpuig i que siguin capaços de donar valor les coses que tenim a casa. Així els alumnes valoraran més el patrimoni de Bellpuig, tot contribuint a protegir-lo i difondre'l, fets beneficiosos per tot atractiu turístic.

Per altra banda, el producte turístic a crear és una visita per a turisme escolar. El públic objectiu són nenes i nens de 6 a 12 anys de les escoles del poble. Aquesta



no serà una visita “estàndard” per la següent raó. Quan un infant d’aquestes edats va d’excursió a una església poden pensar dos coses:

- ❖ Toma! Anem d’excursió! (= Em salto classe)
- ❖ Visitarem una església, segur que és un rotllo.

Per tant, el que pretenc és trencar els estereotips i anar més enllà de les visites monòtones i avorrides de tota la vida. Vull demostrar que a través d’una visita dinàmica, participativa, emocionant, interessant i enèrgica els infants s’ho passen bé, aprenen, donen valor al territori i fan turisme.

## 2. OBJECTIUS

A continuació es poden observar els diferents objectius establerts per a realitzar aquest projecte.

Objectiu 1: Creació d'un producte turístic a Bellpuig a través de tres recursos destacables del poble: la plaça del castell, l'església de Sant Nicolau i el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola. Enfocant la visita a aquest últim recurs per a que els alumnes coneguin què és un Mausoleu, on i com es va construir el Mausoleu de Bellpuig, de qui és i tota la història que desprèn.

Objectiu 2: Estudi del turisme escolar i disseny d'un producte turístic per aquest tipus de públic.

Objectiu 3: Que a través d'una visita guiada didàctica els nens i nenes siguin conscients que en una església no sol és un lloc de culte. sinó que es pot dur a terme altres activitats, com turisme. I que aquest últim concepte, va més allà del turisme de sol i platja.

Objectiu 4: Que el recurs turístic passi per un procés de patrimonialització. És a dir que se li doni valor al recurs. A més a més que els alumnes reconeguin i apreciïn el recurs.

Objectiu 5: Com a conseqüència de l'objectiu anterior comprovar que a través d'una visita guiada didàctica, participativa i teatralitzada aprendre la història és més senzill i engrescador. Conseqüentment que es desperti als visitants les ganes de realitzar turisme cultural.

### 3. MARC TEÓRIC

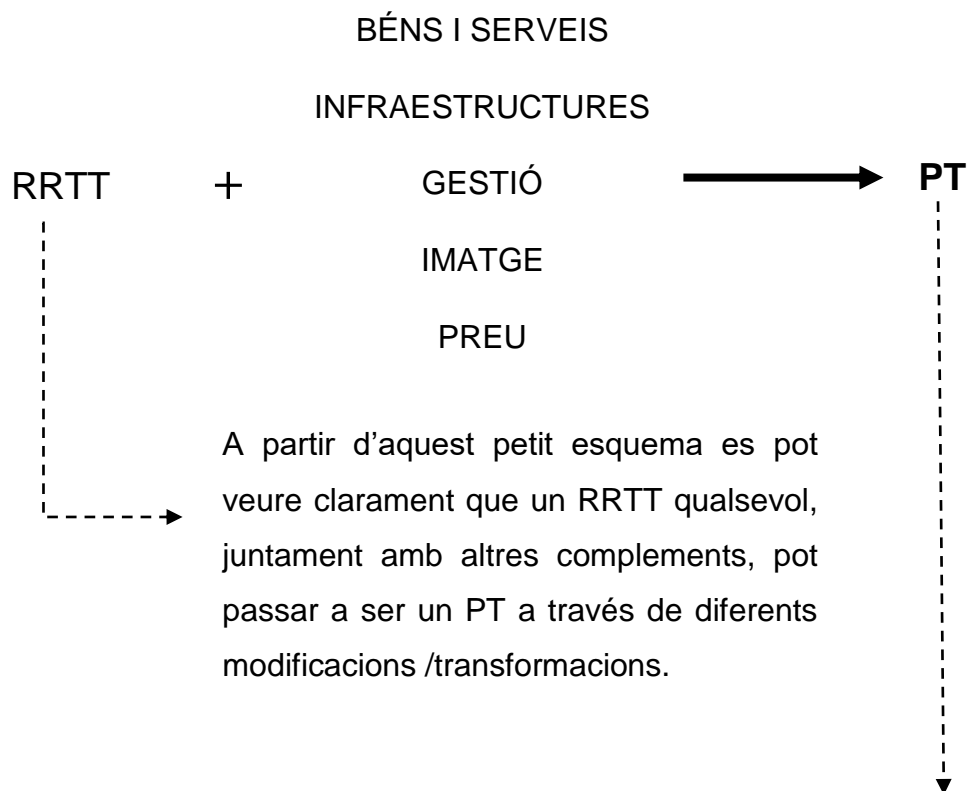
#### 3.1. Què és un recurs turístic? I un producte turístic?

Un recurs turístic (RRTT) són els elements físics, tangibles o intangibles que formen els atractius d'un destí i els quals en podem treure profit per a ser producte turístic.

Un producte turístic (PT) és possible per l'agrupació de diferents requisits, amb l'absència d'un requisit el PT no tindria sentit i no existiria. Aquests components són: els béns i serveis, les infraestructures, la gestió, la imatge de marca, el preu i un dels més importants el mateix RRTT. Aquest últim factor és la transformació de la forma, la presentació, el contingut i fins i tot la interpretació d'aquests RRTT amb la finalitat d'adaptar-los i fer-los atractius per a les visites turístiques.

Per tant, podem dir que el recurs turístic és un dels elements essencial, ara bé, els altres també són molt importants per a poder crear i gestionar un producte turístic. A continuació es pot observar un petit esquema on s'hi veu fàcilment els conceptes explicats.

**Gràfic 1: esquema producte turístic**



Font: pròpia

A continuació es pot observar un exemple on clarament es veu la diferència entre els diferent conceptes.

Aquestes dos fotografies corresponen a dos recursos turístics diferents de la població de Bellpuig.

**Imatge 4 i 5: escalinata de l'Església Sant Nicolau i Mausoleu**



*Font: pàgina web Oficina Turisme Bellpuig*

## Imatge 6: ruta turística per Bellpuig de l'Oficina de turisme

### Ruta turística per Bellpuig



**Horaris:** cada diumenge a 2/4 d'1 del migdia o a qualsevol altre horari concertant una visita.

**Preu :** 3 €

**Preu Reduït:** 2 €

• Grups de més de 15 persones • Majors de 65 anys • De 7 a 18 anys • Carnet d'estudiant universitari • Club d'amics de Lleida • Carnet jove • Famílies nombroses

**Gratuït:**

• Menors de 7 anys • Aturats • Carnet docent • Grups escolars • Discapacitats i acompanyant • Empadronats a Bellpuig



Font: pàgina web Oficina Turisme Bellpuig

Cada diumenge pel matí o fent una reserva prèvia trucant al telèfon de l'oficina de turisme (973 320 536) i en cas de ser un mínim de quatre persones, es podrà fer una visita turística pel centre històric de Bellpuig, incloent la visita a l'Església Parroquial de Sant Nicolau i també veure el magnífic Mausoleu de Ramon de Cardona.

La visita s'iniciarà a l'Oficina de Turisme de Bellpuig a 2/4 d'1 del diumenge o a l'hora convinguda. Primer es farà una explicació dels inicis del poble de Bellpuig.

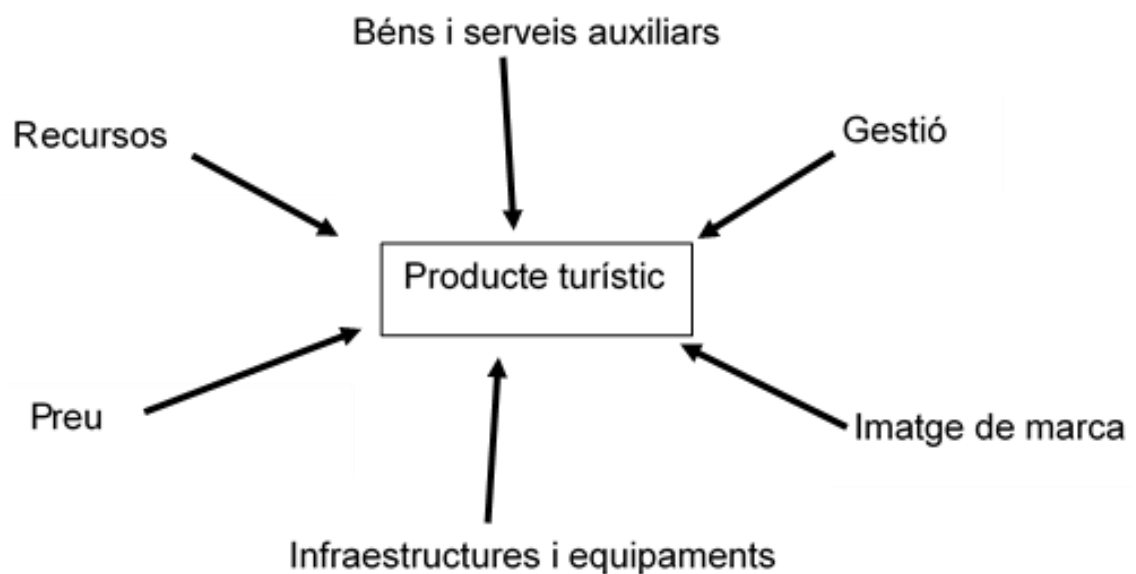
Per altra banda tindrem el producte turístic que englobarà el recurs turístic i els altres elements: els béns i serveis, les infraestructures, la gestió, la imatge i el preu.

En aquest exemple podem veure una ruta turística per Bellpuig que es visita el Mausoleu de Ramon de Cardona i aprofitant que s'ubica a l'església de Sant Nicolau també se'n parla. Si s'analitzen els diferents components s'extreu la següent informació:

- **Recurs:** elements d'interès essencials. En aquest cas seria el Mausoleu de Ramon de Cardona i Església de Sant Nicolau
- **Béns i serveis auxiliars:** són els element complementaris que el visitant/turista té accés. Per exemple: diferents restaurants del poble i allotjaments turístics (Hotel Stop i Miralles Home B&B), Oficina de turisme i altres comerços.
- **Gestió:** la organització, la planificació i el control d'aquest bé. Gestionat des de la regidoria de turisme de l'Ajuntament de Bellpuig

- Imatge de marca: representació gràfica del concepte. En aquest cas seria la imatge del Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola.
- Infraestructures i equipaments: conjunt de mitjans tècnics i instal·lacions necessàries per a desenvolupar una activitat. L'oficina de turisme, l'escalinata per accedir a l'església i els bancs de l'església. Carreteres per arribar al destí.
- Preu: valor monetari del servei. En aquesta visita l'entrada general val 3€ i l'entrada reduïda 2€.

### Gràfic 2: Elements essencials per la creació d'un producte turístic



Font: Valls (1996)

Per altra banda es necessari comentar que hi ha limitacions i mancances en el desenvolupament d'aquest producte. Aquestes són les següents:

- Al terme de Bellpuig sols hi ha dos allotjaments turístics: un bed&breakfast i un hotel de carretera. El primer pot ser apte per a públic familiar. Però el segon no. A més a més, que cap dels dos té una gran capacitat d'allotjament i en cas de visites de grups no seria possible que s'allotgessin allí i per conseqüència el territori tampoc en sortiria beneficiari.
- Bellpuig està situat en un territori rural, això comporta que el poble sigui poc reconegut.

- Per dur a terme aquesta activitat és necessari recursos econòmics. No sé fins a quin punt des de l'ajuntament del poble o agents privats estan disposats a invertir.
- Els horaris de l'oficina de turisme són molt reduïts (de 10 – 14h dissabtes i diumenges).
- No hi ha un grup de professionals turístics que tinguin empenta per tirar-ho endavant i per a realitzar activitats innovadores per als mateixos habitants del poble, ja que primer són ells qui s'han de creure que a Bellpuig hi ha grans recursos.

A la següent pàgina s'ha confeccionat un DAFO avaluant la planificació estratègica d'aquest producte turístic.

**Gràfic 3: DAFO visita guiada Mausoleu - OT**

	<b>PUNTS DÉBILS</b>	<b>PUNTS FORTS</b>
<b>INTERN</b>	<b>DEBILITATS</b>	<b>FORTALESES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta d'experiència per part del personal encarregat.</li> <li>- Horari reduït de l'Oficina de Turisme</li> <li>- No presència a les xarxes socials</li> <li>- Barreres arquitectòniques al poble, ja que no totes les activitats són aptes per accessibilitat reduïda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Recursos turístics amb molt potencial</li> <li>+ Bona qualitat dels serveis auxiliars, parlant de bars i restaurants</li> <li>+ Disposició d'oficina de turisme</li> <li>+ Diversitat de rutes (n'hi ha tres, no és suficient, però està bé)</li> </ul>
<b>EXTERN</b>	<b>AMENACES</b>	<b>OPORTUNITATS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bellpuig està situat en un territori rural i això comporta el poc reconeixement</li> <li>- El temps del territori és extrem (molta calor a l'estiu i molt fred a l'hivern).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Poca competència en aquest sector si les visites no fossin tradicionals. Per tant, l'originalitat juga un paper molt important.</li> <li>+ Promoció a través de fires i festes</li> <li>+ Territori on es porta a terme el turisme de pelegrinatge, enoturisme, oleic, ...</li> </ul>

Font: pròpia



### 3.2. La creació d'un producte turístic

#### 3.2.1. Fases – Procés

El procés que dona lloc a un producte turístic (PT) no són transformacions i/o cohesions sense cap sentit. Sinó tot el contrari, ja que s'han de seguir diferents etapes per aconseguir un bon producte. La major part de vegades es relaciona la creació d'un producte turístic amb la creació d'una empresa d'aquest mateix sector, és un típic error. Sí bé és cert que la creació d'un PT suposa la necessitat de recursos econòmics per al seu funcionament. No obstant, no hi ha la necessitat de creació d'una empresa, ja que l'obtenció de recursos econòmics es pot dur a terme a través d'altres vies com la del voluntariat, l'explotació del mateix recurs turístic o també a través de subvencions.

Gabriel Àngel Vich i Martorell (2006) defineix 4 etapes per a la creació d'un PT, al manual titulat "Creació i gestió de productes turístics". Aquestes són les següents:

1. Exercitar la creativitat
2. El client és la gasolina
3. Donar forma a la idea
4. Com s'ha de documentar tot?

Per fer-ho més comprensible i entendre les etapes amb més facilitat s'han canviat els noms d'aquestes acotant-se a les fases que Hurtado (2014) estableix per la creació i el disseny d'un producte turístic.

1. Etapla analítica
2. Etapla estratègica
3. Etapla operativa
4. Etapla de control

A continuació es descriuen les accions a realitzar en cada etapa.

#### Primera etapa – L'analítica

En aquesta fase es cerca la idea del producte, a través de diferents metodologies i tècniques creatives com la pluja d'idees o el mind map. S'han de tenir en compte les diferents innovacions que es poden dur a terme tan comercials, com al mercat, com també tècniques i d'organització.

En aquest primer punt s'ha de fer un anàlisi sobre l'entorn (polític, econòmic, social, cultural i tecnològic), la competència, el sector i el mercat. Aquest anàlisi és viable fer-lo quan ja s'ha arribat a un nivell de concreció i de definició de la idea. Així doncs, es pot procedir amb l'anàlisi DAFO. Aquest, analitza les fortaleces i debilitats internes del projecte, així com les amenaces i oportunitats de l'entorn d'aquest. És molt important que es tingui en compte l'origen de cada element; les fortaleces i les debilitats són internes i les amenaces i les oportunitats són externes. A conseqüència de realitzar aquest anàlisi podrem identificar nous productes i nous mercats per dirigir el PT.

Per altra banda en aquesta etapa també s'ha d'analitzar la capacitat de càrrega. O sigui, el volum màxim de persones que el destí pot acollir sense ser malmès ni deteriorat al llarg del temps.

### Segona etapa – L'estratègica

Pel que fa a aquesta etapa el mateix nom ens diu del que tracta, marcar maniobres i tàctiques per aconseguir un objectiu. Per això abans de començar és necessari plantejar-nos les següents preguntes:

- On volem anar?
- Que ens fa falta?
- Quins productes turístics volem promocionar?

Pel desenvolupament d'aquesta estratègia és molt important tenir ben clars els objectius on volem arribar i així marcar unes estratègies específiques per cadascun d'ells. A continuació es pot veure un exemple més entenedor.

- **OBJECTIU:** Crear i promoure nous productes turístics a Bellpuig
- **ESTRATÈGIA:** Estudiar noves propostes d'activitats turístiques i promocionals de la vila

Per altra banda s'ha de tenir en compte que hi ha diferents tipus d'estratègies. Poden ser competitives, de creixement i de nous productes. Les estratègies competitives són aquelles que tenen la capacitat de detectar nous mercats i consolidar els mercats actuals. Les estratègies de creixement són les que s'enfoquen a atraure nous perfils de turista per així fer gran el seu públic. Finalment, les estratègies per a nous productes són les que es desenvolupen a nous mercats

i s'enfoquen a uns tipus de turisme específic (turisme de salut, gastronòmic, comercial, ...).

En aquesta etapa s'ha de definir el públic objectiu a qui es dirigeix el producte; per tant és aquell segment del mercat que té la necessitat d'allò que l'empresa ofereix. Aquest públic objectiu es pot definir segons diferents variables com: l'edat, el gènere, les renda o la localització, entre altres. Conèixer bé el nostre públic objectiu farà que el disseny del producte s'adapti més a les seves necessitats i gustos. Així que és molt important identificar correctament el públic i sobretot distingir les seves prioritats i aficions.

*Com definirem el públic objectiu?* Hi ha tres mètodes per a fer-ho. El primer, són els criteris sociodemogràfics. Aquest, agrupen els individus amb variables com el gènere, l'edat, nivell d'estudis o l'ocupació, etc. El següent criteri és el socioeconòmic, relacionant les persones amb el nivell d'ingressos o la classe social. Finalment, els criteris psicogràfics. Aquests tenen en compte la personalitat i l'estil de vida.

### Tercera etapa – L'operativa

El tercer grau de tot el procés consisteix en la creació del producte turístic. Primer de tot s'ha de tenir molt clar els elements imprescindibles per a l'existència d'aquest producte (veure apartat 4.1, pàgina 21).

S'ha de tenir en ment que l'objectiu del turista d'avui en dia no és el mateix que 20 anys endarrere. Una part dels turistes el que busca, actualment, és emportar-se més que un record. Així doncs, volen viure una experiència amb els cinc sentits. Els experts del sector turístic han de crear aquest tipus de productes per a satisfer el màxim les necessitats dels clients i dels possibles consumidors.

### Quarta etapa – El control

Finalment, hi ha la part on s'han de plasmar les idees, estratègies, anàlisis i les previsions que s'han desenvolupat en els apartats anteriors. Aquesta fase és important perquè es formalitzarà un document amb la presentació del projecte per a la prevenció de la fallida de la gestió i posada en valor del producte turístic i pel control del seu funcionament. Així doncs, també per millorar aspectes que no funcionin o no siguin vàlids.

Aquest control es pot dur a terme a través de diferents mètodes com són les enquestes després de la realització de l'activitat, també del percentatge de fidelització dels clients (si repeteixen o no), la satisfacció dels visitants, les puntuacions a les xarxes socials, etc.

### **3.3. Turisme escolar**

La planificació d'activitats de turisme escolar amb caràcter cultural i educatiu fan necessari el treball d'equip entre professionals del sector turístic i d'ensenyament. Hi ha bastantes dificultats per a la planificació de programes d'activitats pel turisme escolar. L'escassa bibliografia, la falta de concreció legislativa, la comunicació entre l'oferta i la demanda o també l'escassa mediació didàctica són alguns dels motius (Rodríguez Fernández, 2011).

Tal com Nayra Llonch (2011) afirma el panorama social, econòmic i legal ha canviat durant el pas dels anys i és lògic que l'educació i el turisme també hagin evolucionat. Dos teòrics nord-americans de la comunicació i l'educació (McLuhan i Postman, 1980), ens indiquen que quan van evolucionar els mètodes de comunicació, canviant de la comunicació oral a l'escrita, va evolucionar la intel·ligència com a conseqüència. En efecte l'aparició d'un nou mitjà basat amb la visualització d'imatges i seqüències dinàmiques i ràpides té com a resultat un nou canvi de la intel·ligència.

Les fórmules educatives ja no són sols els llibres sinó que traspassen les portes de les aules. Llonch (2011) ens indica que les parets de les classes són insuficients perquè més enllà d'aquests espais reduïts els nens i joves saben que hi ha tot un món per aprendre i experimentar noves vivències. Si la televisió i el cine van ser els primers elements a introduir les imatges a diferents cases, avui, són les pantalles tàctils, les tablets, els ordinadors portàtils, els smartphones i altres elements audiovisuals que protagonitzen canvis a la intel·ligència dels nens i joves. Aquests joves, són denominats nadius del sistema. Per tant, els elements anteriorment citats i altres com els equipaments museístics i fins i tot els carrers poden ser factors i espais d'evolució de l'educació.

Per altra banda, l'experiència i la participació activa, o sigui l'observació directa de l'entorn, permeten fonamentar aprenentatges i coneixements efectius i de llarga duració. Un molt bon exemple d'aquest concepte és el cas que Jean – Jacques Rousseau va plasmar al seu llibre *Emilio o de la Educación*. Aquest, feia menció a aquell nen que es sabia de memòria i era capaç d'ubicar perfectament a l'esfera les ciutats més estranyes i llunyanes, però, en canvi, era incapaç d'orientar-se al jardí de casa seva o desplaçar-se pel seu barri.

Els visitants poden organitzar-se des d'àmbits escolars o universitaris i també extraescolars a través d'empreses i agències de viatge especialitzades (Nayra Llonch, 2011). També fa la següent classificació de tipologies de turisme:

- Turisme Juvenil o Turisme infantil: el segon tipus en cas que els alumnes tinguin menys de 15 anys
- Turisme escolar: realitzat dins l'àmbit de les institucions educatives. També es pot anomenar turisme educatiu.

Dins d'aquesta última teoria Joan Santacana i Mestre (2011) diferencia entre 5 tipus de turisme escolar:

- Viatges de final de curs: estàncies aproximadament d'una setmana, poden ser tan a territori nacional o a entorn europeu.
- Sortides a granges, cases rurals, espais didàctics, etc.: normalment requereix d'una pernoctació i aquest tipus de viatges es realitzen fora de l'horari escolar.
- Viatges a la muntanya/esquiar/similars: activitats extraescolars que les realitza la pròpia escola o centre.
- Viatges que inclouen creuers o ús d'embarcacions tan pel mar com per rutes fluvials.
- Visites escolars d'una sola jornada: les sortides escolars ofereixen als nens uns valors que ni la família ni l'escola poden proporcionar amb tanta vivència ni plenitud. Els nens tenen la necessitat interna de sortir, de conèixer i veure. Durant la realització d'aquest tipus de turisme és quan els nens actualitzen les seves capacitats posant a prova les seves habilitats, els sentits i les forces.

En el present treball ens focalitzarem en aquest últim grup, visites escolars d'una sola jornada, ja que considerem que a través de la riquesa que ofereix el territori de Bellpuig els nens/es guanyen nous valors que dins les aules no serien possible. A més a més d'enriquir-se de nous aprenentatges i vivències.

En qualsevol cas, Nayra Llonch (2011) indica que sigui quin sigui el motiu dels viatges, la motivació principal és l'educació, l'ampliació de coneixements i la formació a través de la cerca d'experiències fora dels àmbits coneguts i dels espais habituals. Això fa imprescindible la presència conjunta d'agents turístics, ja que el fruit del treball conjunt entre agents aporta més benefici i més innovació.

Jean – Jacques Rousseau, al seu <<*Emilio o de la educación*>>, escriu el següent *“nunca alcanzarás el éxito de formar sabios si no formas primero tunantuelos, que era el sistema educativo de los espartanos; en vez de tener a los niños pegados a los libros, les enseñaban a robar lo que tenían que comer”*. Reflexionant sobre aquest paràgraf podem afirmar que és l'experiència la que fa créixer als nens i la manera més eficaç d'aprendre. Així doncs, Santacana (2011) afirma que la vivència sobre el medi natural (ciutats, pobles, galeries d'art, museus, esglésies, ...) és el millor laboratori que l'escola té.

“Anar pel món per aprendre del món és sempre un molt bon principi i el que anomenem turisme escolar pot convertir-se amb una activitat tan o més educativa que les que es desenvolupen sota les fórmules i els espais propis de l'ensenyament reglat”, Llonch, 2011, pàgina 15. Així és com es plasma aquesta reflexió donant com a exemple que hi ha molta més gent que sap coses sobre Roma i les societats contemporànies per les pel·lícules de romans que pels llibres d'història que hagi pogut llegir. Aquests nous aprenentatges colaterals són maneres més efectives i més resultatives. Segons l'estudi el seu estudi aquests aprenentatges, es solen afirmar més si s'implica un procés d'aprenentatge associat al concepte de <<edutainment>>.

Que és l'<<edutainment>>? L'edutainment és l'acte d'aprendre passant-ho bé. Tal com Llonch (2011) ho descriu són accions educatives que sorgeixen a través d'un procés d'entreteniment. És molt important que per a que funcioni hi hagi un equilibri

entre ambdós conceptes fusionats. Si una de les dos parts predomina pot haver-hi casos d'avorriment durant el guiatge o que no s'aprengui.

Després d'estudiar aquest concepte se'ns presenta el dilema de si l'objectiu de les sortides escolars és educar, distreure o divertir. Llonch (2011) estableix tres importants principis. Els dos primers estan enfocats a l'àmbit de l'ensenyament, ja que defineixen el valor educatiu d'aquestes sortides. Tot el contrari, amb l'últim objectiu dirigit als professionals del sector turístic. Aquests principis són els següents.

1. El turisme escolar és la base a partir de la qual s'ensenya a nens a comportar-se, relacionar-se, observar i deduir.
2. El turisme escolar ha de tenir un objectiu educatiu clar i ser concebut com una activitat de descobriment del món.
3. Els intermediaris del turisme escolar han de ser professionals del sector turístic i conèixer els objectius d'aquestes sortides o viatges.

Com a conclusió de tots aquests conceptes explicats fins ara, Nayra Llonch (2011), indica que la revolució didàctica és la importància de l'aprenentatge directe, empíric i experiencial a més a més també els aprenentatges colaterals i diferents tècniques com l'edutainment. Tot això fa que el turisme escolar sigui més important i, com a conseqüència, que cada dia obtingui més valor. Per tant, com afirma s'han de buscar les fórmules més adequades per aconseguir els objectius establerts.

Joan Santacana i Mestre (2011) ens dóna algunes pautes per al desenvolupament del turisme escolar. L'escriptor afirma i perfila el concepte de Nayra Llonch; el turisme escolar és un complement al desenvolupament emocional, físic i intel·lectual per als alumnes de qualsevol edat. Per això afirma que s'han de seguir unes pautes, algunes ja comentades anteriorment:

- ✓ Definir els objectius de la sortida/viatge
- ✓ Davant de qualsevol activitat els pares dels alumnes han d'autoritzar l'assistència

- ✓ Quan l'activitat ja ha estat realitzada és important que els docents o les persones organitzadores facin un balanç sobre com ha anat la sortida/viatge i observar fins a quin punt s'han complert els objectius previstos.

Per a que les experiències educatives realitzades dins el marc del turisme escolar siguin atractives i sòlides, s'ha de considerar en primer lloc per què visitar el recurs, quin tipus d'experiència ens proporciona i com volem que sigui aquesta experiència. Segons Maria Feliu Torruella (2011) si no es parteix d'aquests tres punts principals, l'única cosa que s'aconseguirà es que les experiències de turisme facin avorrir per sempre la cultura, la història, ... als alumnes. Així doncs, hem de tenir present que és el què el recurs turístic ens pot oferir per a que la realització de turisme escolar resulti didàcticament efectiva. A part d'aquests conceptes, Torruella (2011) indica que també és essencial estar recolzats d'un projecte educatiu, on es desenvolupin les bases dels currículums pedagògics.

Anteriorment hem pogut observar les diferents tipologies de viatges. Dins d'aquestes sempre es pot dur a terme una visita guiada. Torruella (2011) defineix visita guiada com <<l'activitat proposada pels museus o centres patrimonials amb la finalitat de guiar el camí del visitant amb la comprensió de determinats coneixements relacionats amb el missatge expositiu>>. Per tant, les visites guiades posen a disposició dels usuaris els continguts relacionats amb el patrimoni exposat per a que aquests tinguin més coneixements, amb l'objectiu de despertar l'interès i la curiositat dels participants. Aquestes visites es poden dividir en:

- 1- Visites expositives: són les que un guia estableix el diàleg entre els elements patrimonials i els participants.
- 2- Visites interrogatives: el guia formula diferents preguntes als visitants per a facilitar la seva participació i interacció, a més a més d'ajudar-los amb els coneixements.
- 3- Visites teatralitzades: la interpretació adquireix un paper fonamental a la presentació dels continguts patrimonials. Aquest tipus d'activitats, introdueixen el visitant de forma global al descobriment d'una època, un personatge o un lloc concret.



- 4- Visites lúdiques: són les que presenten continguts bàsics d'una exposició mitjançant jocs. A partir d'enigmes, jocs amb pistes, materials complementaris, etc.
- 5- Visites tallers: combinant diferents recursos, com explicacions passives i visites amb alta participació.

L'escriptora indica que tan les visites teatralitzades i les lúdiques són les dos categories més adequades per a turisme escolar. Per aquest motiu en el present treball les hem considerat com les més adient per posar en pràctica.

Dins el número 1 del volum I de la revista Tour&Her hi ha diferents propostes d'itineraris turístics tan per a turisme escolar com les altres tipologies. L'article de Joan Carles Luque i Silvestre (2011) ens dona algunes metodologies per a cada visita turística. Com podem passar del projecte amb paper a la pràctica? Doncs bé, Luque (2011) afirma que primer hem de tenir una idea central; o sigui el nucli conceptual que volem transmetre a l'alumne (que volem que el visitant aprengui) i que aquesta, ha de ser el fil conductor del discurs didàctic. A continuació s'han d'elaborar les diferents activitats didàctiques per aconseguir l'objectiu establert. És important que aquestes actuacions no es limitin solament a explicacions orals, cal que els alumnes participin i disposar d'una fitxa documental amb la informació del recurs a visitar i imatges. Tot això és molt fàcil veure-ho escrit però no és tan senzill aplicar-ho a la pràctica. Tal com l'autor afirma s'ha de fer una investigació del territori per conèixer-lo a fons. Evidentment, també s'ha de fer un estudi bibliogràfic adequat. Per exemple, si es vol visitar el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona, no és suficient fer-ho a través de fotografies i escrits de llibres d'història i/o d'art. Sinó que s'ha d'arribar fins la població de Bellpuig, dirigir-se a l'església de Sant Nicolau i observar l'obra. Així és la única manera de descobrir i conèixer el patrimoni d'una ciutat/poble.

Luque, 2011, pàgina 88, cita el següent: <<Hay que explicar el papel que tiene ese lugar en el conjunto de la ciudad, es decir, ese determinado elemento no está allí por casualidad, sino que desarrolló en su momento una función determinada, que hoy quizá no cumple, però sí tuvo sentido en su momento>>. Reflexionant sobre aquest aspecte i relacionant-ho amb les visites crec que el guia ha de saber transmetre la funcionalitat del patrimoni, o sigui, ha de saber fer viatjar els usuaris

turístics a l'època que el recurs tenia funcionalitat. Això només ho aconseguirà si aquest està vinculat amb el destí, si li atribueix valors al recurs com l'autenticitat, la singularitat, la tradició i la identitat (Osácar Marzal, 2011). Tots aquests elements porten a la descoberta i la recuperació de la història popular i poden ser de gran importància per crear un bon atractiu turístic.

### **3.3.1. El turisme escolar als equipaments patrimonials de Catalunya**

Ben cert és que hi ha una gran oferta de serveis turístics. No obstant, hi ha una manca important sobre l'oferta relacionada amb el públic escolar (Cabeza, Enríquez i Puertas, 2011).

Els equipaments patrimonials de Catalunya van rebre 1.918.266 visitants escolar l'any 2016; un augment del 19'8% respecte l'any anterior amb 1.601.681 visitants. Dades molt positives per al desenvolupament d'aquest tipus de turisme gràcies també a l'augment d'equipaments patrimonials al territori català. Aquest tipus de turisme representa el 10'2% dels visitants dels equipaments patrimonials de Catalunya el 2016. Segons estudis de l'Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural, ICRPC, (2016) els equipaments patrimonials de la resta de la Regió Metropolitana assolien taxes del 27% de visitants escolars. Els del Camp de Tarragona, del Penedès i la Catalunya Central obtenien taxes superiors al 22%. No obstant, Barcelona ciutat i les comarques de Girona estaven per sota de la taxa global, degut als grans volums de turistes. Clarificar que singularment aquest estudi no menciona les taxes que assoleixen els equipaments patrimonials de les terres de Lleida.

Aquests equipaments es poden dividir en dos tipus:

- 1- Equipaments dedicats a la ciència i la tècnica.
- 2- Equipaments dedicats a la història / arqueologia i l'art

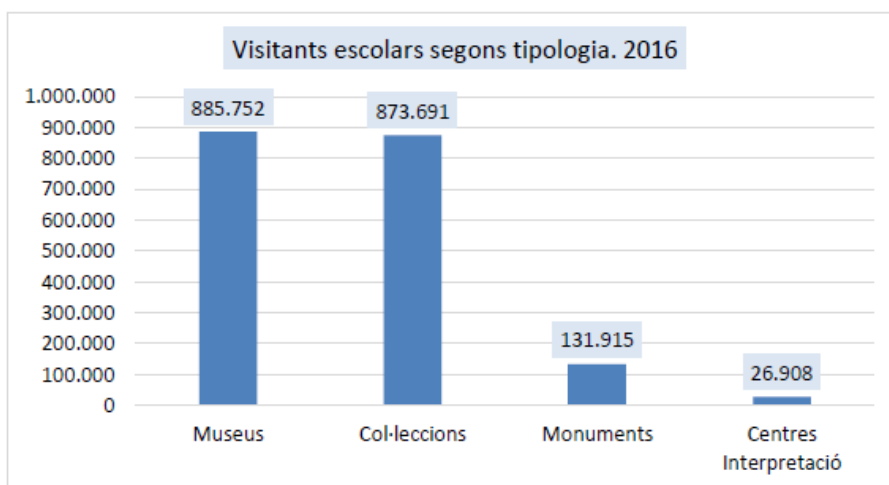
Els primers van rebre una mitjana superior de 12.750 alumnes per equipament. Per altra banda, la segona tipologia d'equipaments va rebre al voltant de 8.000 estudiants per equipament.

Durant l'any 2016 els equipaments patrimonials de Catalunya van oferir al voltant de 1'3 milions d'usos d'activitats<sup>1</sup> per a 1'9 milions d'alumnes, així ho podem veure al següent gràfic.

**Gràfic 4 i 5: visitants escolars segons tipologia**

	Visitants escolars	% sobre el total del públic escolar
<b>Museus</b>	885.752	46,2%
<b>Col·leccions</b>	873.691	45,6%
<b>Monuments</b>	131.915	6,9%
<b>Centres</b>		
<b>Interpretació</b>	26.908	1,4%
<b>Total</b>	<b>1.917.266</b>	<b>100%</b>

*Font: pròpia*



*Font: Recompte de visitants dels equipaments patrimonials de Catalunya 2016 – sobre dades de ICRPC*

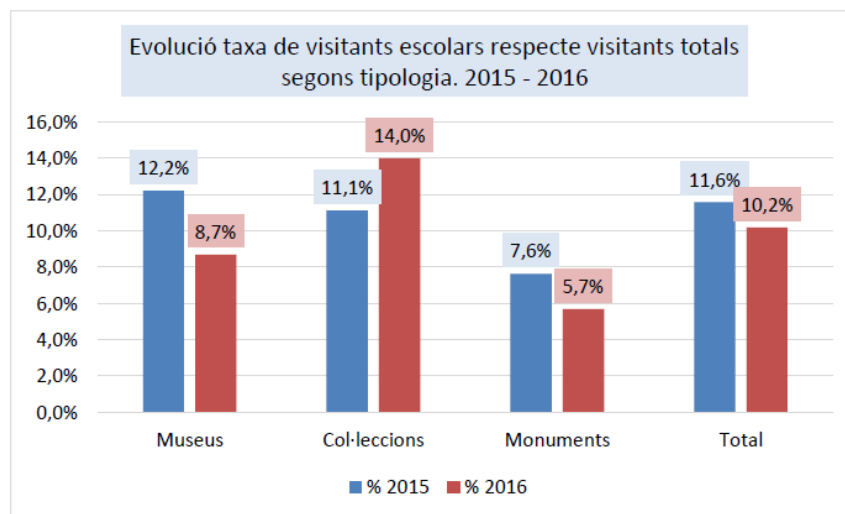
Tal com es pot observar la tipologia "monuments" va rebre un total de 131.915 visitants, representant un 6'9% del total de visitants. És una de les categories amb més poca afluència. Segons el meu punt de vista hi pot haver diferents raons pel

<sup>1</sup> Els usos d'activitats escolars fan referència als tallers, visites guiades o altres activitats que el públic escolar realitza en els equipaments. (ICRPC, 2016)

qual els monuments tenen menys visites. Una d'elles pot ser que sigui perquè les escoles prefereixin museus i col·leccions ja que són espais tancats on els alumnes estan controlats. O també perquè a un museu es pot seguir un fil històric per a explicar als alumnes la història d'una regió. En canvi, un monument no dona tan joc i les activitats a realitzar són solament d'aquell recurs. El Mausoleu de Ramon Folch de Cardona es posicionaria dins la categoria de monuments.

Per finalitzar aquest apartat esmentar que el turisme escolar va representar durant l'any 2016 un 10'2% dels visitants dels equipaments patrimonials de Catalunya i l'any anterior un 11'6%, tal com s'ha comentat anteriorment. La taxa de visites escolars va disminuir 1'4 punts el 2016; un pes important.

**Gràfic 6: evolució taxa de visitants escolars respecte visitants totals segons tipologia**



*Font: Recompte de visitants dels equipaments patrimonials de Catalunya 2016 - sobre dades de ICRPC*

Per concloure aquest apartat sobre les visites als equipaments patrimonials de Catalunya podem afirmar que el turisme escolar no està molt desenvolupat i per tant, no és una de les tipologies turístiques amb més pes. Així doncs, sota el meu punt de vista és un turisme que se'n podria treure molt més profit i així ensenyar als visitants des de ben petits que el turisme no només significa "viatjar en avió, anar

en autobús a Barcelona o anar a la platja”. Sinó que és tot el contrari, visitar el patrimoni que tenim a casa i donar-li valor també forma part del concepte turisme.

### **3.3.2. Competències en l'educació**

En el darrer punt a tenir present en una visita és la vessant educativa ja que les explicacions impartides durant les visites han d'acotar-se a unes competències i nivells de gradació imposades pel Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya (veure annex 1). Així doncs les competències següents s'han de tenir en compte alhora de dissenyar un producte turístic per a escolars de primària.

- ✓ Interpretar el present a partir de l'anàlisi dels canvis i continuïtats al llarg del temps, per a comprendre la societat en què vivim
- ✓ Interpretar l'espai a partir dels elements del territori i de les seves representacions per situar-s'hi i desplaçar-s'hi

#### 4. METODOLOGIA

Per a realitzar aquest projecte m'he basat en diferents fonts descrites a continuació.

- ✓ Lectura de diferents manuals sobre la creació de productes turístics i manuals sobre el turisme escolar. Aquests han servit per desenvolupar el marc teòric.
- ✓ Enquestes sobre la història de Bellpuig a una mostra representativa de població. Aquesta són els alumnes dels dos centres de primària del poble: l'Escola d'educació infantil i primària Valeri Serra i l'Escola d'educació infantil i primària Vedruna.
- ✓ Estudi de diversos llibres sobre el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola, també del dossier-quadern del professor i actual explicació de les visites que s'ofereixen des de l'Ajuntament.
- ✓ Contacte amb especialistes locals i universitaris: Nayra Llonch i M. Àngels Capell.

Aquesta és la metodologia principal que s'ha utilitzat per a la formalització d'aquest projecte. Es pot veure la relació a l'apartat de bibliografia del treball.

Per altra banda, esmentar la tipologia d'enquestes i des de quin punt de partida s'ha creat la visita. Hi ha dos tipologia d'enquestes.

- Enquesta pre-visita: aquestes que es realitzaran per saber la coneixença que els alumnes tenen sobre la història i el poble de Bellpuig. Són enquestes amb preguntes que durant la visita se'ls hi donaran resposta. Es visiten les dos escoles per a realitzar aquestes enquestes.
- Enquesta post-visita: enquestes lleugerament modificades amb comparació a les primeres. Aquestes es basen en una sèrie de preguntes per a comprovar que gràcies a la tipologia de visita els resultats seran millors i s'assoliran els objectius. Aquesta enquesta es realitzarà el mateix dia de la visita, just quan s'acabi.

Les preguntes de les dos enquestes és el resultat de pregunta'ns anteriorment què volem que els visitants aprenguin durant les visites. Així doncs, a partir de tenir clars els conceptes que els alumnes volem que aprenguin i coneguin es formulen les preguntes de les enquestes.

Per crear una visita que sigui divertida, emocionant, activa i participativa, experiencial, dinàmica i teatralitzada es necessari trobar un fil conductor per poder crear un relat. Així doncs el primer pas a fer és saber que volem que els visitants aprenguin. Quan tenim aquests conceptes establerts hem de conèixer la història per a buscar aquell fil que uneixi els diferents apartats i fer ús d'elements que ens ajudin a que els visitants entenguin del que parlem ja que serà més visual.

Com s'ha anomenat anteriorment al projecte han participat les dos escoles del poble. Gràcies a la directora de l'Escola Vedruna que va proposar els cursos de 1r i 4t per a realitzar les enquestes i visites. Les raons per les quals els alumnes de 2n i 5è no participen és la indisponibilitat en el seu calendari i el curs de 3r no va poder participar perquè ja tenia contractada la visita al Mausoleu a través de l'Ajuntament. Per altra banda, a l'Escola Valeri Serra el cap d'estudis va plantejar fer-ho amb 3r, 4t i 5é. Els altres cursos (1r i 2n, no coincidien les dates). Amb els cursos de 6è de les dos escoles no va ser possible realitzar el projecte perquè realitzaven les competències bàsiques durant les dates proposades. A la següent taula podem veure la relació d'alumnes, per cursos i escoles, així com el total de nens i nenes participants del projecte.

**Gràfic 7: Taula relació alumnes, cursos i escoles**

ESCOLA	CURS	ENQUESTA PRE-VISITA	VISITA+ ENQUESTA POST-VISITA <sup>(*)</sup>
ESCOLA VALERI SERRA	TERCER	33	29
	QUART	27	30
	CINQUÈ	25	22
ESCOLA VEDRUNA	PRIMER	25	24
	QUART	22	21
	<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>127</b>

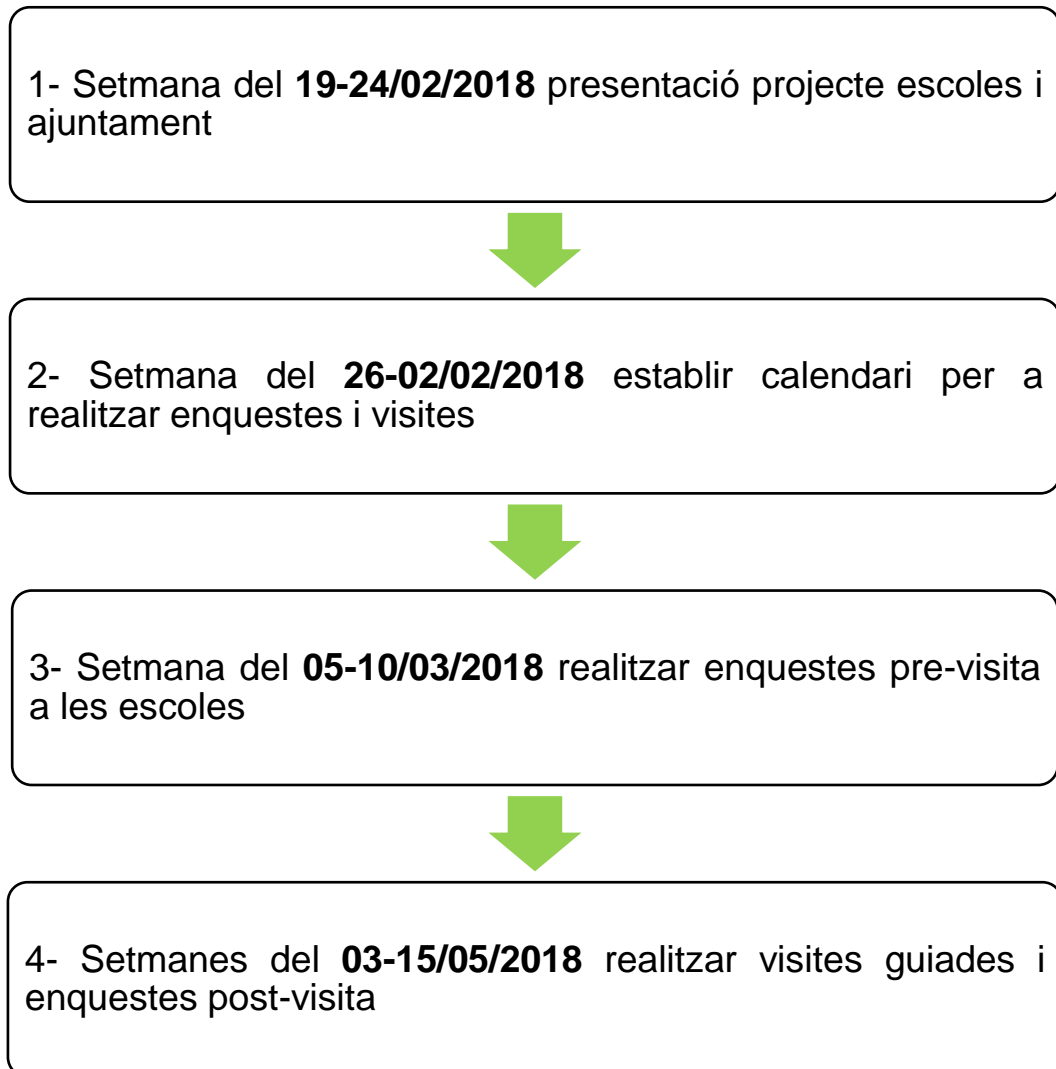
*Font: pròpia*

*(\*) Tenir en compte que la visita i l'enquesta post-visita es van realitzar seguidament, una després de l'altra, per aquest motiu estan classificades a la mateixa columna.*



En el següent gràfic es pot observar el calendari seguit per a dur a terme el projecte.

### Gràfic 8: calendari



*Font: pròpia*

La primera fase és sobretot introductòria per a presentar el projecte a desenvolupar i sol·licitar la seva col·laboració de les escoles. En aquest pas és important que es contacti directament amb els directors o cap d'estudis dels centres, ja que són qui gestionen les activitats de cada cicle. Per altra banda, les dates per a realitzar les enquestes a les escoles com els dies per a realitzar les visites s'han establert a la fase dos (*Setmana del **26-02/03** establir calendari per a realitzar enquestes i visites*) tenint en compte el calendari de les activitats escolars. Durant la primera setmana

de març es van visitar les escoles per a tenir el primer contacte amb els alumnes i professors i que els alumnes responguessin les enquestes pre-visita. Entre el tercer i quart pas hi ha hagut pràcticament 2 mesos de marge. Durant aquest temps s'ha portat a terme el disseny de la visita guiada donant èmfasi als coneixements mancants dels alumnes. Finalment, les 5 visites guiades s'han realitzat durant la primera quinzena de maig.

Per altra banda s'ha de tenir en compte que per accedir a un lloc com l'església s'ha de demanar permís, ja que en el cas de Bellpuig no està oberta diàriament al públic. Així doncs, paral·lelament a aquestes accions també s'ha contactat amb el regidor de turisme de l'Ajuntament per exposar-li el projecte i fixar el calendari. Gràcies a que ens deixés les claus de l'església s'ha pogut realitzar la visita.

## 5. EL TURISME A BELLPUIG


### 5.1. El poble de Bellpuig

Bellpuig s'estén pel pla de Ponent, concretament a la comarca de l'Urgell i és la tercera vila en importància d'aquesta comarca. Està format per 5000 habitants aproximadament.

**Imatge 7: Situació Bellpuig**



*Font: Google Maps*

Bellpuig també es coneix com a “Vila dels tres turons”, ja que tal com diu la frase la població està formada per tres petites muntanyetes. A continuació es pot veure el mapa del poble amb els tres turons marcats amb aquest símbol: 

**Imatge 8: el mapa de Bellpuig (següent pàgina)**

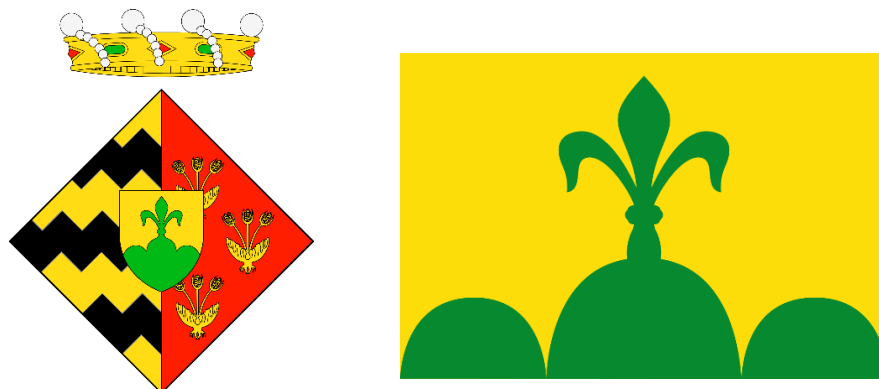


Font: Ajuntament de Bellpuig

Aquests, tenen un significat històric. El primer turó és el turó del castell on antigament s'hi situava el castell de la baronia de Bellpuig i el llinatge dels Cardona. El segon turó és el de l'església de Sant Nicolau. Finalment, el tercer turó està situat al Convent de Sant Bartomeu. Aquests tres localitzacions són estratègiques ja que quan el poble era més petit i no hi havia altes edificacions era possible tenir en mira tot el que es desitjava.

Aquest fet també es veu reflectit a l'escut heràldic de Bellpuig, on al mig hi observem aquest símbol. I per descomptat, també a la bandera del poble.

### Imatge 9 i 10: l'escut i la bandera de Bellpuig



Font: Ajuntament de Bellpuig

Fixem-nos amb l'escut de Bellpuig. Aquest es pot dividir en tres parts diferents. La part central: els tres turons ja comentats anteriorment. El sector esquerre amb un ziga-zaga negre i groc, aquest significa les armes de la família Anglesola. A la secció dreta hi ha tres cards d'or, aquests signifiquen la flor típica que representava a la família Cardona

## 5.2. Principals atractius turístics

Bellpuig és una població amb molta història ja que a l'any 1139 va ser fundada la Baronia de Bellpuig i al segle XVI hi habitaven la nissaga dels Cardona, els nous senyors de Bellpuig que construïren el Convent de Sant Bartomeu, l'Església de Sant Nicolau, el Mausoleu de Ramon de Cardona, entre altres construccions ja no visitables com la Capella de Sant Roc o l'Església de Sant Josep. Per aquestes raons la vila de Bellpuig té grans construccions, a les quals malauradament no se li atorguen el valor suficient.

A continuació es poden observar els diferents atractius turístics de la població urgellenca amb una petita descripció corresponent a cadascun. Si bé, la pàgina web de turisme de l'ajuntament anomena més atractius, personalment crec que no és necessari ja que hi ha obres/escultures que no són tan transcendents per a entendre l'evolució i la història del poble.

Aquestes explicacions foren la base de les visites fetes amb els diversos cursos dels centres escolars.

- Mausoleu de Ramon de Cardona

Obra d'art ubicada a l'Església Sant Nicolau de Bellpuig, construïda per Giovanni Maigliano da Nola, escultor italià d'art renaixentista del Cinquecento. L'obra va ser esculpida amb marbre de Carrara a Itàlia i després desmuntat i per blocs numerats el van transportar amb vaixells fins a Salou. Des d'allà el van dur amb carros fins a Bellpuig, on va arribar l'any 1530 i va ser muntat al Convent. Degut al desallotjament del convent el van traslladar a l'Església de Sant Nicolau.

El Mausoleu va ser encomanat per Isabel de Requesens, l'esposa de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola.

El monument funerari té unes mides d'11 metres d'alçada i 5'5m d'amplada. Aquest ens explica la vida del Baró a través de diferents escenes esculpides. Començant per la part més baixa de l'estructura podem observar la batalla de Massalquivir (cristians i musulmans, la flota i guerrers), juntament amb quatre àngels aguantant llençols amb unes inscripcions. Aquestes, són escrites en llatí que la seva esposa li dedica. Fixant-nos en la zona central de l'obra es pot afirmar que l'eix principal és la glòria guanyada, la pau i el bon governant. Dins la part central s'observa un sarcòfag on a sobre descansa el cos d'un militar, es sap que és un militar per l'armadura i el bastó de poder. El sarcòfag està sustentat per dos sirenes (cos de dona i cames i peus de peix) i el cap de déu Neptú. En aquella època es creia que quan una persona moria la seva ànima viatjava pels oceans fins a una illa acompanyada per les sirenes, i des de l'illa pujava al cel. Al costat del sarcòfag s'observen quatre persones eixugant-se les llàgrimes. Aquestes són anomenades Ploraneres. Ja que ploren per la mort de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola. Al costat de la part central del monument s'observen quatre dones (dos plantades i dos que surten d'uns cercles). Aquestes s'anomenen virtuts o al·legories i expressen les qualitats de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola, que són: fortalesa (branca de roure i casc), la victòria (la palma), valentia i prudència (corona de llorer) i la pau i templança (la branca d'olivera). A la part central també s'hi observa l'escut familiar. Finalment, a la part superior del Mausoleu hi ha representat el cel amb la Mare de Déu i el Nen en braços i dos àngels.





**Imatge 11: Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola**

*Font: pròpia*

- Convent de Sant Bartomeu

Aquest convent va ser construït a petició del comte. El convent és de forma rectangular amb dos claustres i una església. La diferència dels dos claustres ens mostra la divergència entre l'art a Catalunya i a Itàlia al segle XVI. El primer claustre, el de l'entrada, és gòtic amb arcs apuntants. En canvi, el segon claustre el va ordenar construir Ramon Folch de Cardona perquè segons els seus gustos no li agradava el primer claustre tan allunyat. En aquest convent cal destacar la Font de la Verge, els rentamans dels frares i l'escalinata de cargol.

**Imatge 12 i 13: vista exterior del Convent i el seu claustre** *Font: pròpia*





**Imatge 13, 14, 15 i 16: el claustre i els passadissos** *Font: pròpia*





- Església de Sant Nicolau

És l'església parroquial de Bellpuig. L'església de Sant Nicolau pertany al segle XVI i és d'estil gòtic tardà de transició al renaixement. Cal anomenar l'escalinata de pedra per accedir a l'església que data del 1571. L'església consta d'una nau principal amb diverses capelles als laterals; una d'elles anomenada Capella del Sant Crist de Bormio, ja que alberga el crist del poble agermanat amb Bellpuig. Paral·lelament de la nau principal hi ha la capella dels Dolors, amb uns frescos del pintor targarí Jaume Minguell.

**Imatge 17, 18, 19 i 20: interior de l'església de Sant Nicolau, Capella dels Dolors, exterior de l'església i escalinata**      *Font: pròpia*



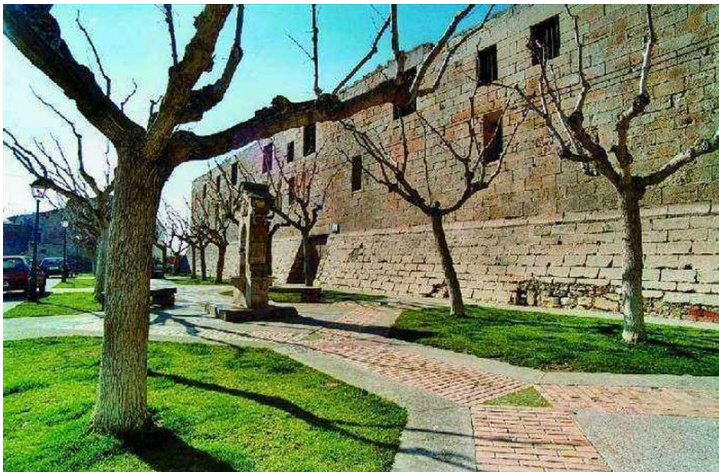


- **Castell de Bellpuig**

Els orígens del castell són del segle XI, però llavors es tractava d'una torre de defensa dels atacs dels sarraïns. Posteriorment, es va edificar el castell de planta quadrangular i amb orientació segons els punts cardinals, ja que era molt típic de l'època. Al pas del temps el castell es va convertir en un castell-palau, ja que va assumir funcions residencials (finals segle XV). A causa de diferents guerres con la dels Segadors (1640 – 1652), la guerra de Successió (1705 – 1714) i la guerra del Francès (1808 – 1814) es va transformar novament en recinte fortificat i així es va anar deteriorant.

Avui en dia, podem veure la planta baixa del castell que es conserva parcialment. Aquesta es divideix en dos sales amb volta de pedra.

**Imatge 21, 22 i 23: la plaça del castell i les vistes des del pati de la part superior**



*Font: Vall del Corb*

Els diferents recursos turístics de Bellpuig són gestionats per l'Ajuntament del poble, exceptuant el Convent de Sant Bartomeu que es gestionat pel Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

### **5.3. Anàlisi del turisme a Bellpuig**

L'anàlisi del turisme a Bellpuig s'ha realitzat a partir de les dades detallades de l'Oficina de Turisme els anys 2016 – 2017 i la comparació conjunta dels recursos gestionats per les dos entitats (Generalitat de Catalunya i Ajuntament de Bellpuig) l'any 2016. L'estudi es divideix en dos parts, segons la gestió de cadascun. A la primera s'estudia els turistes que van visitar el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona, la Ruta Històrica i l'Oficina de Turisme; tots ells gestionats per l'Ajuntament. Pel que fa a l'altra part s'analitza els turistes del Convent de Sant Bartomeu; gestionat pel Departament de Cultura.

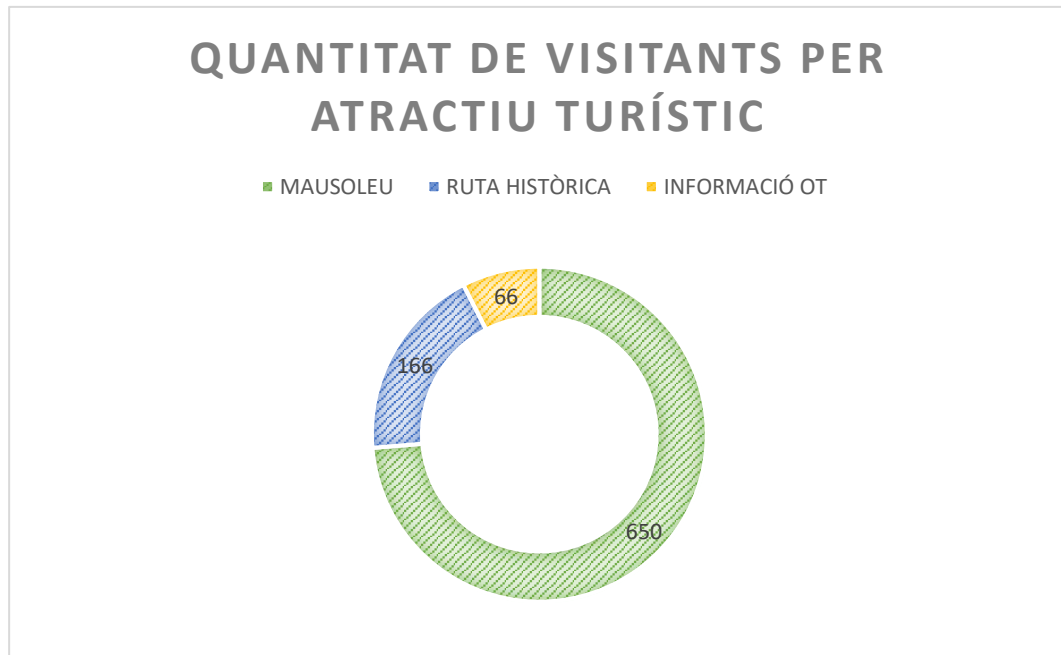
Gràcies als informes dels anys 2016 i 2017 de l'Oficina de Turisme de Bellpuig s'ha pogut dur a terme un anàlisi sobre la procedència dels turistes i la quantitat de visites als tres atractius que gestiona la regidoria de turisme: el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona, la Ruta Històrica i la pròpia Oficina de Turisme. Hagués sigut molt interessant dur a terme una comparativa entre l'actualitat i els inicis de l'Oficina de Turisme per a saber com realment ha evolucionat el turisme a Bellpuig. Malauradament no s'ha pogut realitzar atès la no documentació ni estudi per la seva part d'aquells anys.

Durant els últims anys Bellpuig està vivint cada cop més l'augment de turisme i així ho demostren els estudis dels últims dos anys realitzats pels tècnics turístics de l'Oficina de Turisme de la vila.

Durant l'any 2016 Bellpuig va rebre un total de 882 visitants. Si ens centrem en els tres atractius que l'Oficina de Turisme (OT) analitza, el recurs amb més visitants va ser el Mausoleu amb un total de 650 visitants; quantitat que afirma que és el 73'69% dels turistes. Seguint el capdavanter la ruta històrica es situa en segon recurs més visitat amb un total de 166 visitants; representa el 18'82% del total de visitants.

Finalment, en tercera i última posició es situa l'Oficina d'informació amb un total de 66 visitants; així doncs representant el percentatge restant que és un 7'48%.

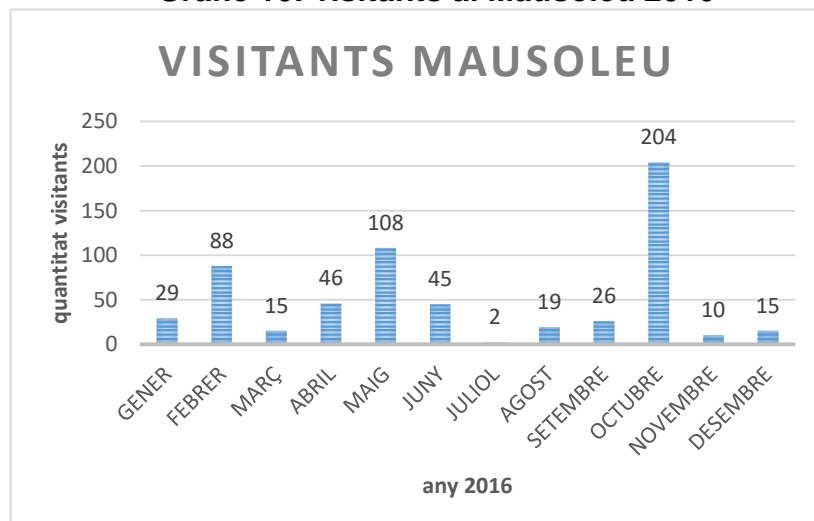
**Gràfic 9: quantitat de visitants per atractiu turístic**



*Font: pròpia sobre dades de l'Ajuntament de Bellpuig*

Analitzant més prim es pot observar els mesos punters amb més visitants dels tres atractius. Pel que fa al Mausoleu de Bellpuig podem veure que el mes amb més visitants va ser l'octubre (204 visitants), seguit pel maig amb 108 visitants i el febrer amb 88 visitants. Aquests mesos amb més turistes va ser degut a l'afluència de visites de grups organitzats; com per exemple des del Bisbat de Solsona, els Amics del MNAC, etc.

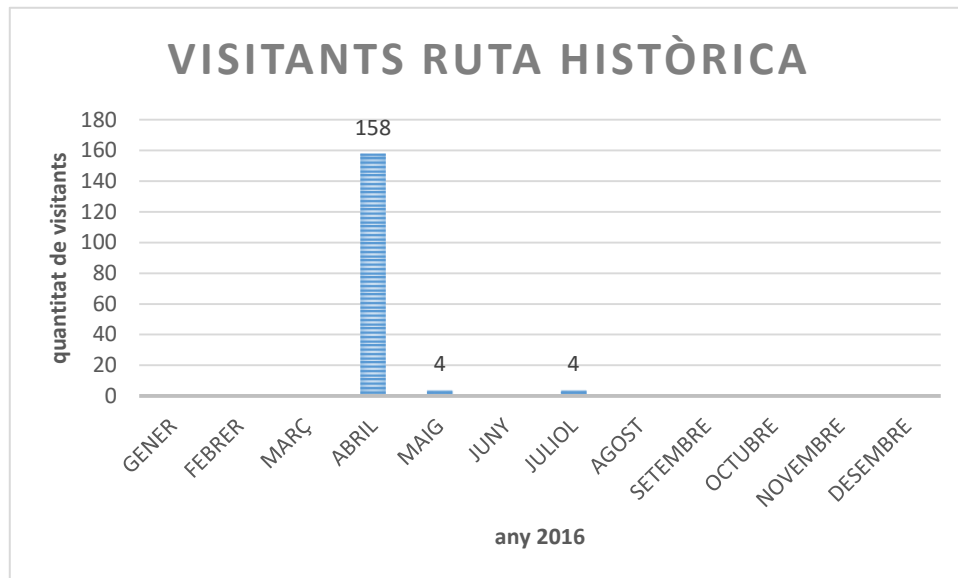
**Gràfic 10: visitants al Mausoleu 2016**



*Font: pròpia sobre dades de l'Ajuntament de Bellpuig*

Pel que fa a la ruta històrica els mesos amb més afluència turística van ser tres: l'abril, el maig i el juny. El número de visitants van ser els següents respectivament: 158, 4 i 4. Un total de 166 visitants. La raó dels 158 visitants durant el mes d'abril és gràcies a la visita del grup de Bormio (Itàlia), ciutat agermanada amb Bellpuig.

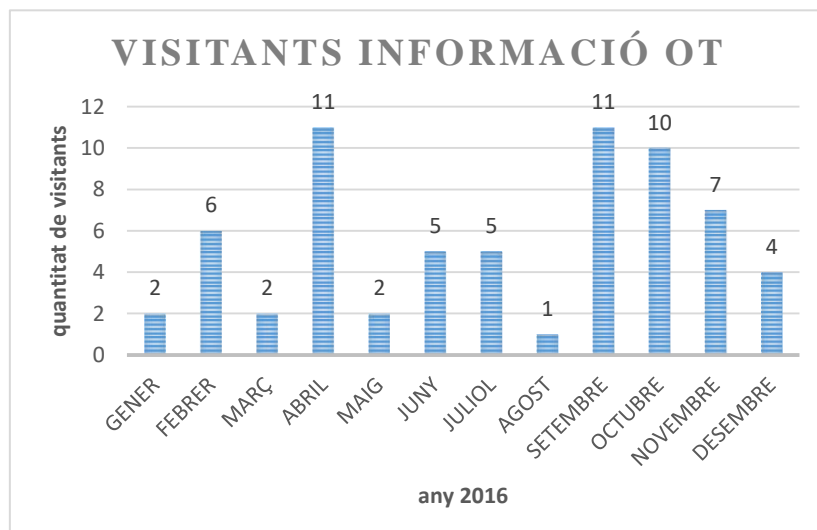
**Gràfic 11: visitants ruta històrica 2016**



*Font: pròpia sobre dades de l'Ajuntament de Bellpuig*

Finalment, pel que fa als visitants que han anat a demanar informació a l'Oficina de Turisme han estat un total de 66. Quantitat molt inferior comparant amb els altres dos atractius. Es pot afirmar que aquest fet sigui així ja que els turistes que realitzen les diferents visites sols van a Bellpuig per aquests dos atractius i no tenen constància que hi hagi Oficina d'Informació Turística o perquè aquesta està tancada.

**Gràfic 12: visitants Oficina de Turisme 2016**



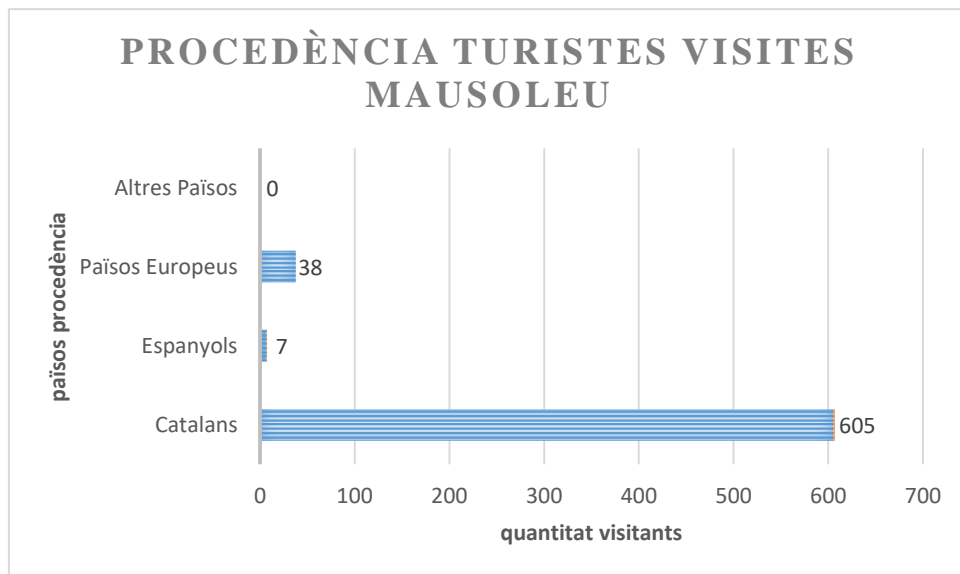
*Font: pròpia sobre dades de l'Ajuntament de Bellpuig*



*I d'on venen els 650 turistes que van visitar el Mausoleu?*

Doncs bé, hi ha procedències bastants diferents però sobretot amb predomini català (93'1%). Aquests són seguits per visitants de països Europeus (5'8%) i finalment la resta de l'estat espanyol (1'1%). Es pot veure reflectit en aquest gràfic.

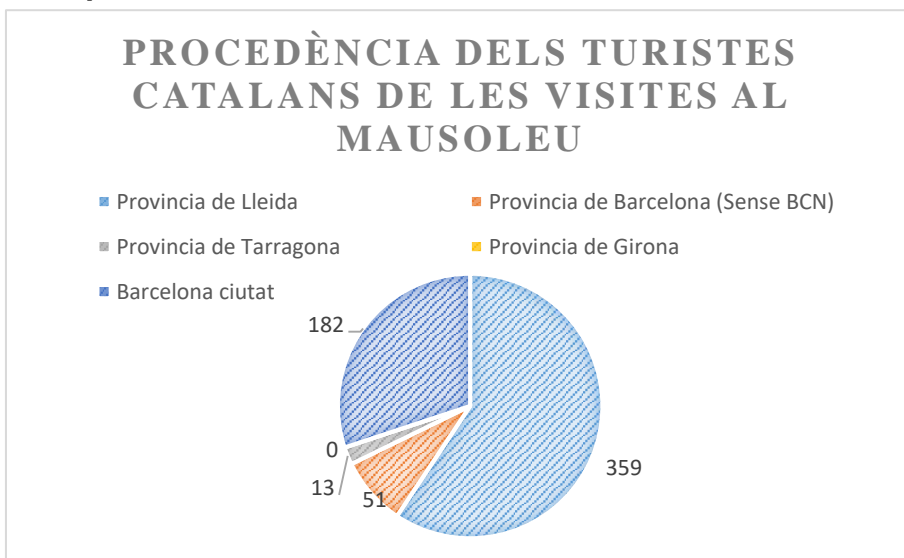
**Gràfic 13: procedència dels turistes de les visites al Mausoleu**



*Font: pròpia sobre dades de l'Ajuntament de Bellpuig*

La major procedència són els turistes de Catalunya. Analitzant aquests podem observar que el 59'3% resideixen a la província de Lleida, el 30'2% procedeixen de Barcelona ciutat, el 8'5% són procedents de la província de Barcelona (excloent Barcelona ciutat) i el 2'1% són residents de la província de Tarragona. Durant l'any 2016 el Mausoleu no va rebre cap visita de turistes procedents de la província de Girona.

**Gràfic 14: procedència dels turistes catalans de les visites al Mausoleu**



*Font: pròpia sobre dades de l'Ajuntament de Bellpuig*

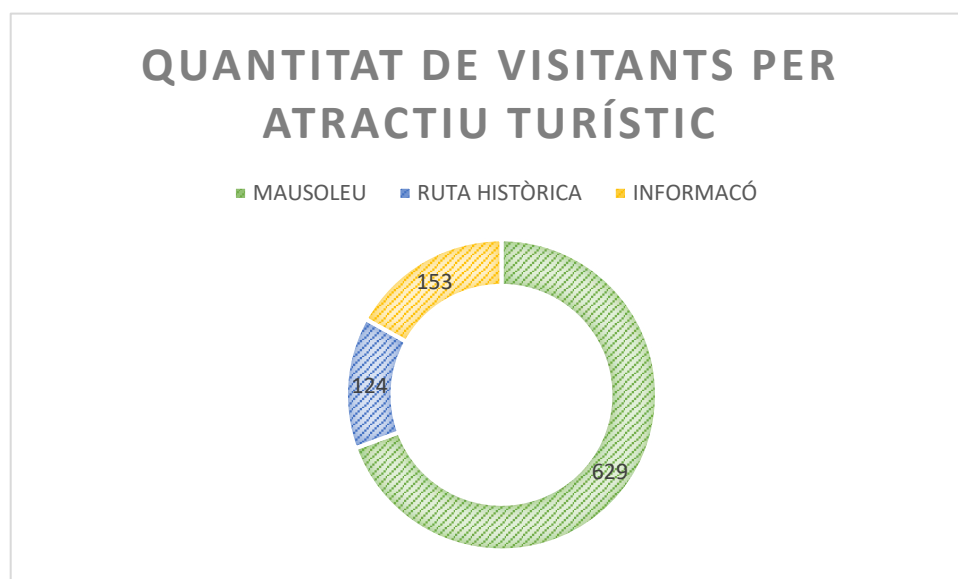
Com a conclusió, tant per quantitat de turistes com per procedència, durant l'any 2016 podem afirmar que hi ha un clar predomini de turista català, especialment de la província de Lleida i de Barcelona ciutat. També s'ha de destacar les visites procedents d'Europa (Itàlia, França i Alemanya). Cal recalcar una gran afluència de grups amb procedències catalanes (Lleida, Bisbat de Solsona i Amics del MNAC) i també italianes (Bormio).

Cal destacar que com a objectiu per l'any pròxim els tècnics de l'Oficina de Turisme de Bellpuig es van marcar poder incrementar l'afluència dels visitants espanyols i així aconseguir ampliar el número de visites d'aquesta procedència.

Pel que fa a l'any 2017 hi va haver un augment de turistes a Bellpuig del 2'72% respecte l'any anterior (2016); amb un total de 906 visitants. Durant aquest any els atractius turístics també s'han dividit en 3 grups: Mausoleu, ruta històrica i punt d'informació a l'Oficina de Turisme de Bellpuig. No obstant, dins la ruta històrica s'hi agrupa una visita al castell i dins l'Oficina d'Informació s'hi afegeix una exposició dels dracs durant un mes. A continuació es detalla amb precisió.

Així doncs, l'any 2017 Bellpuig rep un total de 906 persones realitzant turisme. Aquestes es divideixen en 629 visitants al mausoleu, 124 visitants a la ruta històrica i 153 visitants a l'OT.

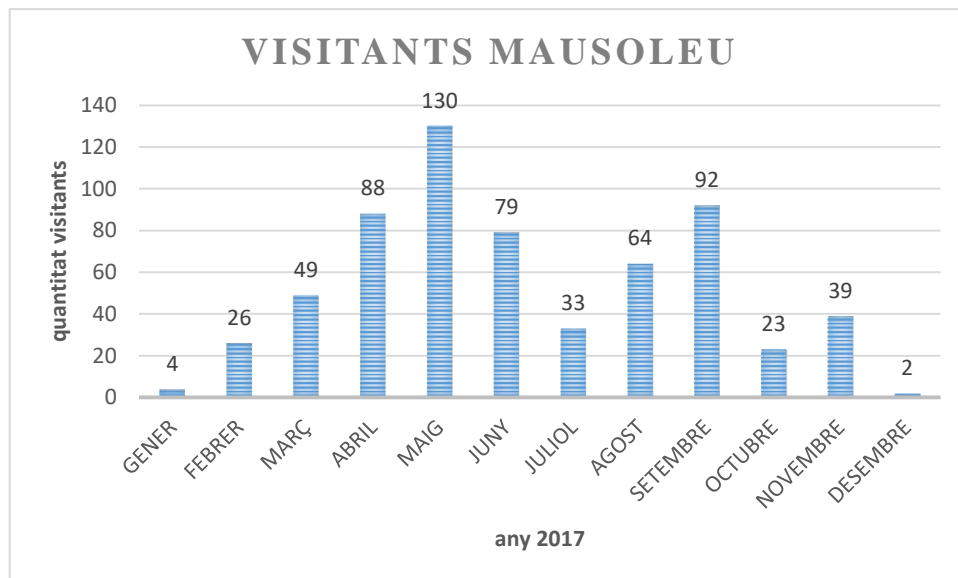
**Gràfic 15: quantitat de visitants per atractiu turístic 2017**



*Font: pròpia sobre dades de l'Ajuntament de Bellpuig*

Si analitzem atractiu per atractiu i començant pel Mausoleu veiem que el mes punter va ser el maig, amb un total de 130 visitants, seguit pel setembre amb 92 turistes i finalment pel maig amb un total de 88 visitants.

**Gràfic 16: visitants al Mausoleu 2017**

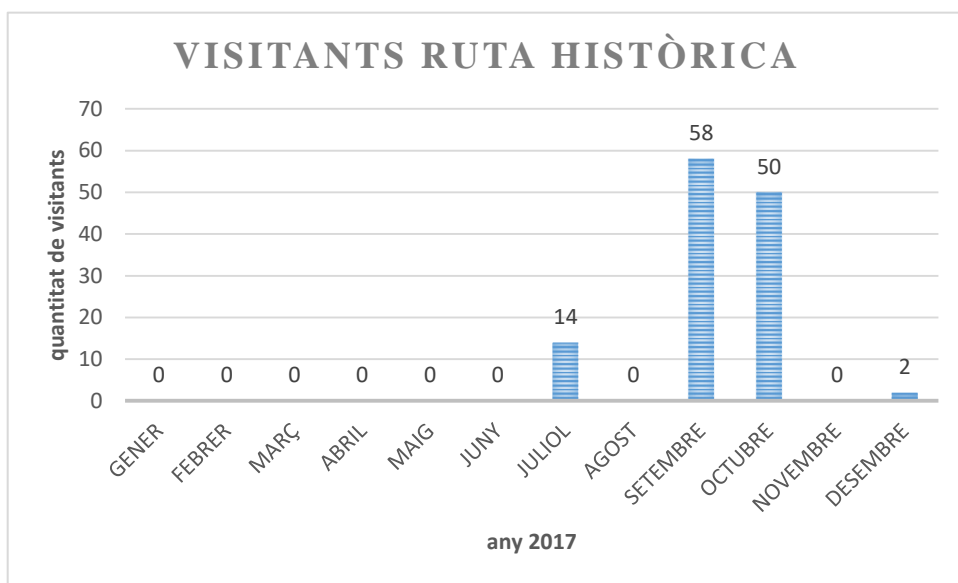


*Font: pròpia sobre dades de l'Ajuntament de Bellpuig*

Pel que fa a la ruta històrica els mesos amb afluència turística van ser tres (quantitat igual que l'any anterior): juliol, setembre i desembre. No obstant, tal com s'ha comentat a la introducció d'aquest any 2017 la ruta històrica se li va sumar un sub-atractiu. Aquest és el castell, amb un nombre total de 50 turistes, realitzant la visita a l'octubre. Així doncs, com que també és contingut històric els tècnics de l'Oficina de Turisme han optat per a posar-ho dins d'aquest atractiu. Per tant, el número de visitants van ser els següents respectivament (juliol, setembre, octubre i desembre): 14, 58, 50 i 2. Un total de 124 turistes.



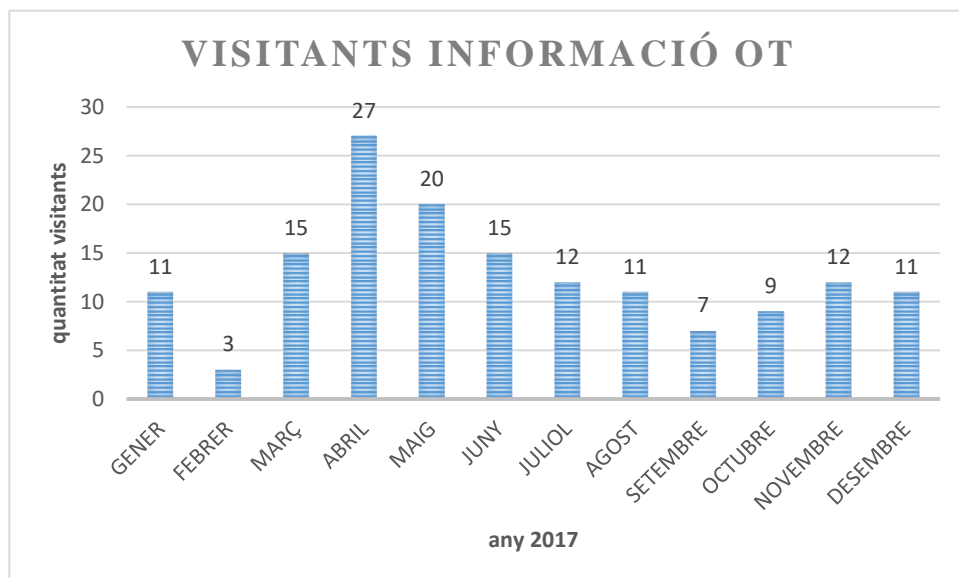
**Gràfic 17: visitants a la ruta històrica 2017**



*Font: pròpia sobre dades de l'Ajuntament de Bellpuig*

Finalment, pel que fa a les consultes i visites a l'Oficina de Turisme han estat un total de 153. Tal com s'ha comentat a l'inici de l'any 2017 durant el mes de maig a l'OT hi havia una exposició de Dracs i, per tant, l'afluència es va veure augmentada per 9 visitants més. Si l'exposició no hagués estat present durant aquest mes l'OT hagués tingut una xifra de 11 turistes. No obstant aquest fet, el mes de maig va tenir una afluència de 20 visitants. Al següent gràfic es pot veure amb precisió que els mesos capdavaners són l'abril, amb 27 turistes; el maig, amb 20 visitants i el març i el juny empatats amb 15 turistes.

**Gràfic 18: visitants Oficina de Turisme 2017**

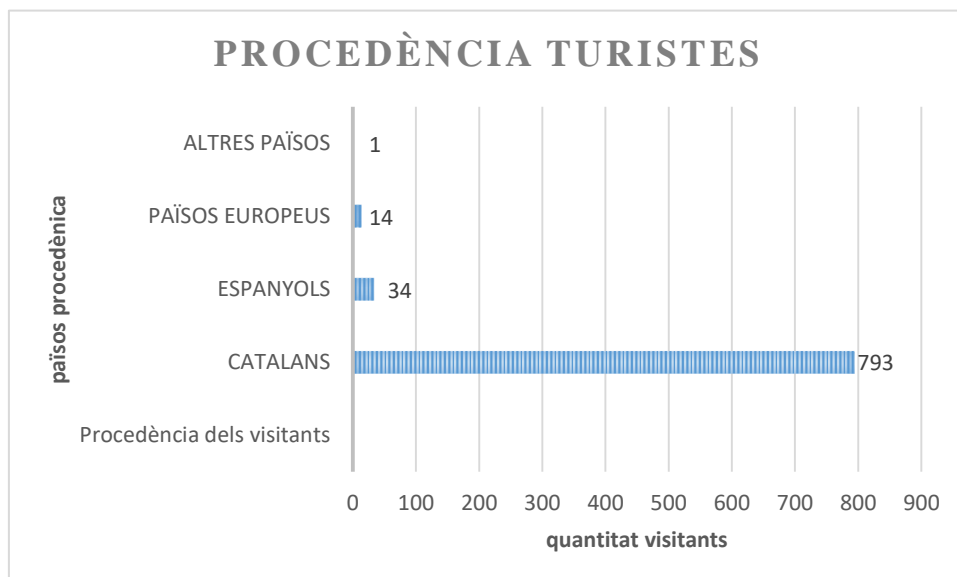


*Font: pròpia sobre dades de l'Ajuntament de Bellpuig*

### *I d'on venen els 950 turistes que van visitar Bellpuig durant l'any 2017?*

Segons els informes de l'Oficina de Turisme de Bellpuig l'any 2017 es va analitzar la procedència dels turistes a nivell global; no sols del Mausoleu. Així doncs, és difícil establir una comparació entre ambdós anys. No obstant, sí que es pot extreure una idea principal. Tal com l'any 2016 també hi ha procedències bastants diferents però sobre tot amb predomini del turista català (94%). Aquests són seguits per turistes de la resta d'Espanya (4%), també visitants de països Europeus (1%) i finalment la resta d'altres països (1%). Al següent gràfic es pot veure reflectit la procedència dels turistes.

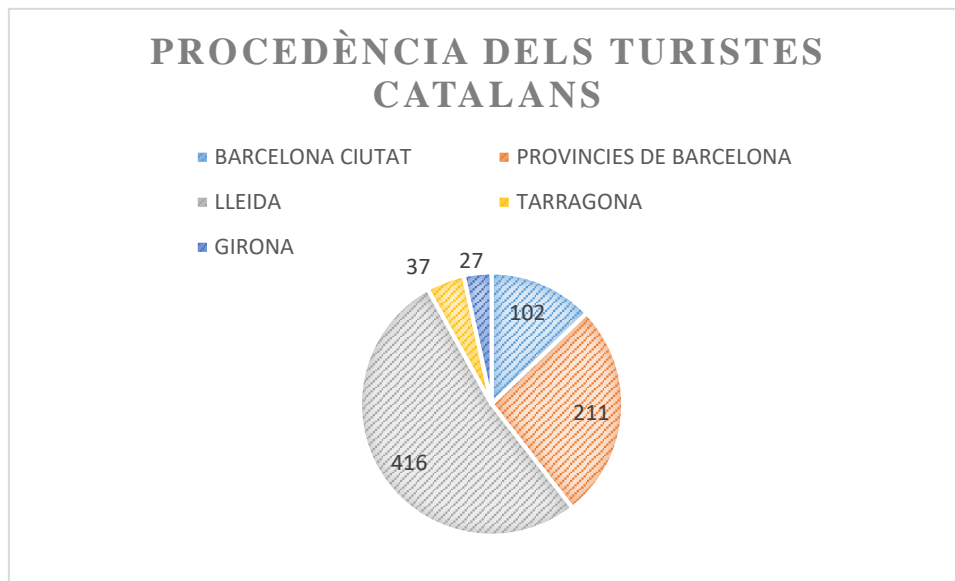
**Gràfic 19: procedència dels turistes 2017**



*Font: pròpia sobre dades de l'Ajuntament de Bellpuig*

Com que el 94% del total de turistes són residents de Catalunya és important saber de quin indret venen. Així doncs, en aquest següent gràfic podem veure representades les quatre províncies amb la pertinent quantitat de turistes. Es pot observar que el 52'4% resideixen a la província de Lleida, el 12'9% procedeixen de Barcelona ciutat, el 26'6% són procedents de la província de Barcelona (excloent Barcelona ciutat), el 4'7% són residents de la província de Tarragona i el 3'4% procedeixen de la província de Girona.

## Gràfic 20: procedència dels turistes catalans 2017



*Font: pròpia sobre dades de l'Ajuntament de Bellpuig*

Com a conclusió de l'any 2017 cal destacar l'activitat de l'Oficina de Turisme de Bellpuig, ja que ha incrementat les visites i consultes notablement. L'activitat turística a Bellpuig ha augmentat respecte l'any anterior i és un punt molt favorable per la vila.

El turisme català és el més important per Bellpuig, destacant els procedents de les terres de Lleida i Barcelona capital. Per altra banda, afirmar que s'ha complert l'objectiu establert l'any 2016 (augmentar visitants a nivell espanyol), havent-hi turistes de Madrid, València, Sevilla, Navarra, Mallorca i les Palmes de Gran Canaria. Per últim, cal destacar que Bellpuig ha rebut visites de França, Anglaterra, Holanda i Itàlia i pel que fa a les visites de la resta de països hi va haver un turista procedent de Mèxic.

Podem extreure diferents conclusions sobre els informes dels anys 2016 – 2017 de turisme a Bellpuig i de l'anàlisi anteriorment citat.

- ✓ En un informe es fa una lleugera referència al total de turistes que hi va haver els anys 2014, 2015, 2016 i que és d'una mitjana de 640 visitants per any. Així

doncs, aquest últim any hi ha hagut un increment de turistes del 41%. Per tant, és una xifra molt bona i molt positiva tan per l'Oficina de turisme com per la vila.

- ✓ L'any 2016 el Mausoleu va tenir un total de 650 turistes i l'any 2017 un total de 629. Hi ha una disminució del -3'2%, la diferència és poca però cal millorar en aquest aspecte. També es pot observar com els mesos amb més visites canvien d'un any a l'altre, exceptuant el mes de maig que segueix sent un dels capdavanters. La principal raó és per la quantitat de festius i ponts durant aquest mes (pont de l'1 de maig, festius locals a la ciutat de Lleida, etc.).
- ✓ Pel que fa a la ruta històrica també ens trobem amb la mateixa situació que el Mausoleu. Els mesos d'afluència canvien, passen de ser abril, maig i juliol a ser juliol, setembre, octubre i desembre. Sí que s'incorpora un nou mes, però no es suficient per arribar a igualar o superar la quantitat de turistes que el 2016 la ruta històrica va assolir (166 turistes). Així doncs, l'any 2017 també hi va haver una decreixença del -25'30% respecte l'any anterior, índex a millorar notablement.
- ✓ L'oficina turística de la vila ha sigut l'únic atractiu que ha millorat la quantitat de turistes. Així doncs d'un any a l'altre hi ha hagut un increment del 131'8%. Aquest fet es pot veure reflectit al tipus de turisme que visitava el poble, ja que han augmentat els turistes espanyols i també els dels països europeus. Aquest tipus de turisme és diferent als turistes de la zona, ja que poden venir a veure un recurs en concret o es coneixen el poble. En canvi, els turistes de fora de Catalunya van a l'oficina de turisme per a demanar consell, realitzar consultes i/o programar visites.
- ✓ Pel que fa a la procedència dels turistes veiem que l'any 2017 sí que totes les províncies de Catalunya visiten el poble, però no el primer any ja que Girona està absent.
- ✓ Cal recalcar com a punt molt interessant l'assoliment de l'objectiu marcat l'any 2016; incrementar l'afluència de turistes del territori espanyol (excloent Catalunya); ja que d'un any a l'altre hi ha un augment del 385%, de 7 turistes l'any 2016 passen a ser 34 l'any 2017.
- ✓ Tal com he citat anteriorment, l'informe de l'Oficina de Turisme de Bellpuig realitza un anàlisi de la procedència dels turistes a les visites del Mausoleu l'any 2016. En canvi, l'informe de l'any 2017 l'anàlisi de la procedència dels visitants és dels tres recursos (Mausoleu + Ruta històrica + Oficina de Turisme). Així

doncs, aquests resultats seran totalment orientatius ja que s'ha canviar la metodologia.

A tot això és important tenir en compte que l'Oficina de Turisme de Bellpuig no està oberta cada dia. Aquesta, és una oficina que atén als turistes físicament de 10-14 hores els dissabtes i diumenges. No obstant, si que hi ha un telèfon de contacte així com un correu electrònic per si aquests es volen posar en contacte amb els tècnics. Per tant, el total de visitants que s'han dirigit a l'Oficina de Turisme per a demanar informació es tan sols de caps de setmanes.

Endinsant-nos a la segona part d'aquesta secció podem observar el resultat de l'estudi dels turistes que han visitat el Convent de Sant Bartomeu des del 2012 al 2016. S'ha analitzat aquests anys perquè són els més recents. Aquestes dades han estat extretes de les Estadístiques culturals de Catalunya de la Generalitat de Catalunya.

- ❖ Durant l'any 2012 el recurs va tenir un total de 2529 turistes.
- ❖ L'any 2013 hi va haver un augment del 20% respecte l'any anterior amb un total de 3033 visitants.
- ❖ Pel que fa a l'any 2014 la quantitat de turistes que van visitar el Convent de Sant Bartomeu va disminuir notablement respecte els dos anys previs, amb un total de 1937 visitants i per tant, amb una disminució del -36% respecte l'any 2013.
- ❖ L'any 2015 l'atractiu turístic va ser visitat per un total de 2042 persones. Ben cert és que augmenta respecte l'any anterior, precisament un 5%, però no arriba a obtenir els visitants dels primers anys de l'estudi.
- ❖ Finalment, l'últim any ha analitzar és el 2016 amb un total de 1891 turistes. Entre aquests 4 anys ha estat l'any amb menys quantitat de visitants i amb una disminució del 7%.

A continuació es pot observar la taula on hi ha totes les dades comentades.

### Gràfic 21: visitants al Convent de Sant Bartomeu del 2012 al 2016

	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Visitants al Convent de Sant Bartomeu</b>	2529	3033	1937	2042	1891

*Font: pròpia sobre dades de Estadístiques culturals de Catalunya de la Generalitat de Catalunya*

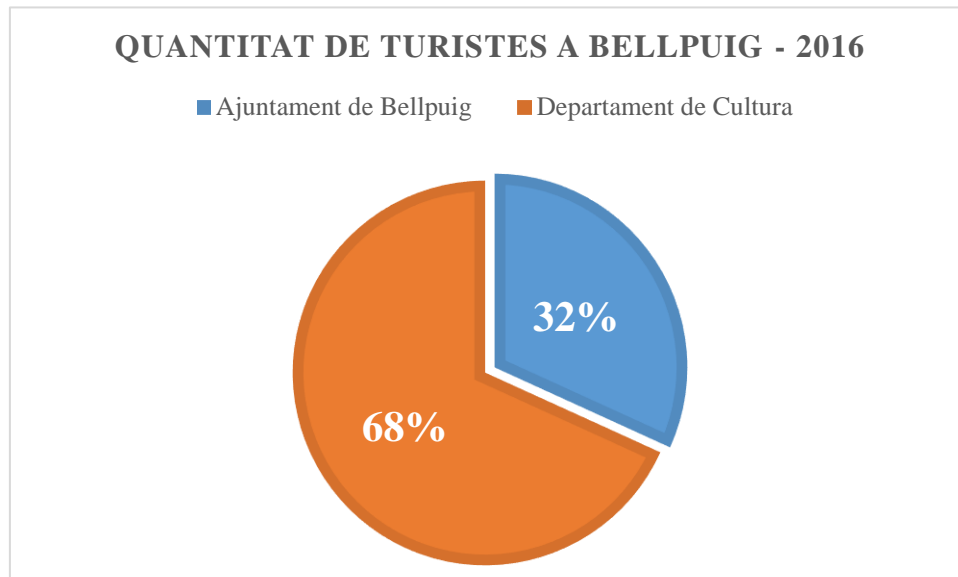
Es d'importància els visitants que va tenir l'atractiu l'any 2013 sent Bellpuig una població de 5001 habitants en aquell any (segons l'INE). No obstant, el 2016 va ser l'any amb menys visitants. Així doncs, veient els resultats el Departament de Cultura ha de dur a terme diferents accions per a augmentar la quantitat de turistes i marcar-se unes estratègies a seguir per a donar més visibilitat al Convent de Sant Bartomeu. A més a més des de l'Ajuntament i el Departament de Cultura podrien treballar junts per a oferir paquets de visites dels diferents atractius turístics.

Vull recalcar que degut a la no disponibilitat d'informació detallada sobre la quantitat i procedència dels turistes que van visitar Bellpuig abans del 2016 per part de l'oficina de turisme de Bellpuig (ajuntament de Bellpuig) i també per la no actualització de les estadístiques culturals de Catalunya; a causa del departament cultura (Generalitat de Catalunya) de l'any 2017 només s'ha pogut realitzar la comparativa entre ambdues gestions de l'any 2016. Aquesta es pot observar a continuació.

Com s'ha vist anteriorment durant l'any 2016 hi va haver un total de 882 turistes que van visitar el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona, la Ruta Històrica i l'Oficina de Turisme (Ajuntament de Bellpuig). Per altra banda, aquest mateix any els visitants que va rebre el Convent de Sant Bartomeu van ser de 1891. Per tant, l'any 2016 Bellpuig va registrar un total de 2773 visitants als quatre atractius turístics analitzats. En aquest gràfic és pot observar que el 68% de turistes van visitar el Convent de Sant Bartomeu i la resta (32%) els altres recursos turístics. L'atractiu

gestionat pel departament de cultura va rebre al voltant d'un 114% més de visitants que el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona, la Ruta Històrica i l'Oficina de Turisme.

**Gràfic 22: total turistes a Bellpuig 2016**



*Font: pròpia sobre dades de l'Ajuntament de Bellpuig i les Estadístiques culturals de Catalunya de la Generalitat de Catalunya*

És important que ens fixem que hi ha la possibilitat que a la quantia de 2773 turistes puguin ser comptabilitzats dues vegades. És a dir, que un turista visités el Convent i també aprofités per visitar un dels recursos gestionats per l'Ajuntament del poble. Per aquest motiu, aquesta xifra total de turistes serà orientativa. És una llàstima no poder tenir documentades aquestes xifres ni tampoc l'activitat que els turistes realitzaven pel terme. Es recomana que tant l'Oficina de Turisme com des del Convent realitzin enquestes preguntant aquests aspectes per a poder dissenyar diferents productes i definir noves estratègies per a arribar a més clients potencials.

## **6. CREACIÓ D'UN PT PER A ESCOLES**

### **6.1. Definició del públic objectiu**

Tal com s'ha comentat al marc teòric, una de les parts importants per a la creació d'un PT és definir el públic objectiu a qui es dirigeix. El nostre públic objectiu són els nens i nenes que cursen primària als centres d'ensenyament del poble, l'Escola Valeri Serra i l'Escola Vedruna.

Aquest públic s'ha definit a través dels mètodes anomenats anteriorment que es poden observar a continuació.

- **Criteris sociodemogràfics**
  - Gènere: femení i masculí
  - Edat: de 6 a 12 anys
  - Nivell d'estudis/ocupació: alumnes de primària, de 1r fins a 6è.
  - Localització: tot i que les escoles siguin de Bellpuig, hi ha nens/es que viuen a Bellpuig i a pobles de les rodalies.
- **Criteris socioeconòmics:** en aquest mètode es basen amb el nivell d'ingressos i la classe social. En aquest cas aquest el tipus de públic (nens i nenes de 6-12 anys) no té un nivell d'ingressos, evidentment que pertany a una classe social però no li influeix directament a l'hora de realitzar l'activitat ja es porta a terme a través de l'escola. No obstant, podríem definir que el públic serien les escoles del poble; igualment aquestes tampoc reben ingressos per el desenvolupament de la seva activitat.
- **Criteris psicogràfics:** els nenes i nenes entre les edats estudiades estan plens d'energia, a més a més de tenir interès per aprendre coses noves. Per tant, tenen una personalitat molt activa i s'ha de saber estar a l'altura.

Com s'ha comentat anteriorment la bona coneixença del nostre públic objectiu fa que el disseny del producte s'adapti més a les seves necessitats i gustos.

### **6.2. Elements essencials per la creació**

Per al disseny d'aquest producte és necessari comptar amb els elements essencials per la creació d'un PT. Aquests són els següents:



- Recurs: la plaça del castell, esplanada de l'Església de Sant Nicolau, l'Església de Sant Nicolau i el Mausoleu de Ramon de Cardona i d'Anglesola.
- Béns i serveis auxiliars: bars ubicats a la zona on es realitza la visita guiada (Bar Lopez, Forn Salvador i Cal Busqueta).
- Gestió: gestionat des de la regidoria de turisme de l'Ajuntament de la població
- Imatge de marca: Tres turons
- Infraestructures i equipaments: els diferents carrers del poble, l'escalinata per accedir a l'església i els bancs de l'església. Com que el públic a qui s'adreça és del mateix poble les infraestructures per arribar al poble no són necessàries.
- Preu: en aquestes visites no s'ha tingut present perquè era pràctica. Si en un futur s'apliqués s'hauria d'estudiar quin preu se li assignaria.

### **6.3. Creació visita turística dirigida a públic escolar**

En aquest apartat es defineix el disseny del producte turístic. Recopilant tota la informació comentada anteriorment està clar que serà un producte per a un públic escolar, per tant per a turisme escolar (de 6 a 12 anys). Aquest tipus de públic ha d'aprendre més enllà de les parets dels centres i es per això que la visita guiada a dissenyar ha de ser innovadora i diferent que les visites que habitualment s'han fet basades en l'explicació. De manera que, per dissenyar un producte per a aquest públic s'ha de tenir clar els següents punts que cal evitar:

1. No ha de ser una visita guiada tradicional, en aquelles que el guia es presenta, explica el recurs, es fan les preguntes i s'acaba la visita.
2. No ha de ser una visita monòtona, uniforme. Ja que el resultat d'aquestes és que els visitants més petits desconnectin de l'explicació.
3. Visita que l'explicació es fa a un sol indret. Com seria en el cas de la visita al Mausoleu oferta per l'Oficina de Turisme, les explicacions es fan solament a davant del Mausoleu.
4. Visita que no es pugui palpar el recurs. S'ha de ser capaç de sentir el recurs i tenir el major contacte possible.

Així doncs, sabent com NO ha de ser una visita per a nens/es és moment de portar a terme el producte turístic. La seva constitució es divideix en 4 parts.

## 1- Definir els conceptes que volem que sàpiguen els alumnes

Com ja s'ha comentat anteriorment l'element principal és el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola. No obstant, per entendre qui era, per saber el context de la història de Bellpuig i tenint en compte les recomanacions anteriors s'ha cregut oportú realitzar un recorregut per tres llocs del poble: la plaça del castell, l'esplanada de l'església Sant Nicolau i ja el Mausoleu. Aprofitant els recursos de cada punt. A continuació es pot observar els punts establerts en aquest apartat per a la visita al Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola.

### *QUÈ EXPLICAR?*

#### Pl. Del castell:

- Escut
  - ✓ Ziga-zaga negre i groc: les armes dels Anglesola
  - ✓ 3 cards d'or: és la flor típica que representava a la família Cardona
  - ✓ 3 turons: els 3 cims del poble. Castell + convent + església
- Castell

#### Esplanada de l'església:

- Tres turons
- L'església de Sant Nicolau

#### Interior església:

- Mausoleu:
  - ✓ Que és un mausoleu
  - ✓ Temps de construcció, on + qui el va construir i les mesures
  - ✓ De qui era i quin desig tenia
  - ✓ El cavaller i el sarcòfag
  - ✓ Que ens diu el mausoleu?
    - Batalla Massalquvir
    - Angelets
    - Sirenes

- Ploraneres
- Virtuts
- ✓ Anècdotes:
  - Com el van transportar?
  - Figures de dalt
  - Quantes mans té l'escultura?

S'ha de tenir present que depenen de l'edat dels visitants l'explicació s'haurà d'adaptar, tan en la llargada com els tecnicismes.

## **2- Establir un fil conductor a la nostra història**

Quan s'han definit els conceptes a explicar s'ha d'estructurar una història on tot tingui sentit i relació. Seria com fer un pastís. Es preparen els ingredients, es barregen seguint un ordre concret i finalment es cou. Així doncs, en aquest cas els conceptes a explicar han estat definits anteriorment. És important que el guia doni una bona imatge des del primer contacte amb els alumnes. Per tant, en el moment de realitzar la primera enquesta a les escoles el fil conductor ha d'estar present, pel fet de que els alumnes ja es sentin part de la història. En aquest el fil conductor és el personatge de Ramon Folch de Cardona amb l'enigma d'un element desaparegut, que és l'espasa.

## **3- Redactar la història**

En aquest apartat es portarà a terme la redacció de la història a explicar, sempre tenint en compte els dos punts anteriors (definició dels conceptes a aprendre per part dels alumnes i establir un fil conductor). A continuació es pot llegir la introducció que es va fer a les escoles els dies de les enquestes. Representa que en aquest cas es va rebre una carta anònima amb un situació per resoldre.

*Apreciada Maria,*

*Llegeix aquesta carta atentament i sobre tot guarda-la. No la llencis. No l'estripis. No la cremis. No te'n pots desfer fins al final d'aquesta missió.*

*Ei! Tranquil·la. No t'espantis. No et podem dir qui som però necessitem la teva ajuda.*

*Fa uns dies que tot passejant per Bellpuig vam tenir una sensació estranya. Vam pensar que era perquè el dia anterior havia nevat i que encara estava tot gelat. Però quan aquest cap de setmana vam anar al poliesportiu a fer el vermut, notàvem l'ambient estrany.*

### ***La màgia de Bellpuig havia canviat.***

*No sabem per quina raó ha passat i això ens preocupa. Estem segurs que ha desaparegut algun element essencial de la vila, però no sabem quin.*

*Si-us-plau, necessitem la teva ajuda per a resoldre aquest enigma i tornar a fer Bellpuig un poble excepcional. Força i ànims.*

### **Imatge de la 24 a la 34: enquestes a les escoles**



Font: pròpia











A continuació, es pot observar la història creada per les visites guiades per als alumnes de 6-12 anys.

*Bon dia nois i noies! Com esteu?*

*Fa molts dies vaig venir a la vostra classe per a veure si em podíeu ajudar, us recordeu que em passava?*

*Doncs bé, gràcies a les vostres enquestes i després d'estar investigant cada dia he descobert l'element que faltava a Bellpuig.*

*Buff...quins nervis!!! Voleu que us ho explica?*

*Doncs he pensat que ho podríem fer com un joc! Perquè si jo us explico quin és l'element que faltava a Bellpuig serà molt avorrit. Farem com una endevinalla! Jo us donaré unes quantes pistes i a veure si vosaltres ho encerteu. Us sembla bé?*

### **Plaça del castell**

*A l'edat mitjana Bellpuig era un poble molt important per dos raons: pel riu Corb i també perquè estava situat a un terreny elevat. Així doncs, estava situat en una posició estratègica.*

*Al 1139 va néixer la Baronia de Bellpuig (territori que pertany a una família/persona). Estava formada per la Família dels Anglesola, una família amb molts diners. Aquesta família tenia el poder de molts pobles: Bellpuig, Sant Martí de Maldà, Vilanova de Bellpuig, Seana, Castellnou de Seana, Golmès, Montperler, Sinoga (Sant Martí) i els Eixaders.*

*La Baronia va anar passant de generació en generació fins l'any 1386 que Ramon d'Anglesola va morir. Ramon no tenia fills i l'herència de la baronia la va passar al seu nebot, l'Hug de Cardona – Anglesola. Va ser llavors quan la Família dels Cardona van passar a formar part de la Baronia de Bellpuig. La Família dels Cardona era molt forta i poderosa i eren molt importants en l'àmbit militar.*

*Mireu aquest dibuix que hi ha aquí al terra. Sabeu que és? De qui és aquest escut? Aquest escut és de les Famílies que formaven la Baronia de Bellpuig. Us recordeu*



*quines eren? La Família dels Anglesola (3 card d'or) + Cardona (les armes). I els tres turons del mig són les tres muntanyes que té el poble: castell, convent i l'església.*

*Però sabeu qui era el protagonista de la història de Bellpuig? Doncs Ramon Folch (III) de Cardona – Anglesola i Requesens. Aquest senyor va néixer fa moltíssims anys, concretament l'any 1467. Fa més de 500 anys! Sabeu on va néixer? Al nostre darrere!*

*I a veure qui sap que era aquest edifici fa molt molts anys?*

*El castell de Bellpuig -> es va construir per a ser una torre de defensa. Però al pas del temps va passar a ser un castell-palau. Hi va haver diferents guerres (Segadors, Successió i del Francès) i es va anar fent malbé. Veieu aquesta porta de fusta? Doncs per aquí es on entrava Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola quan tornava de passejar amb el seu cavall.*

*Ja sabem quin és l'escut de Bellpuig, qui era Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola i també on està situat el castell. Anem cap a la següent parada? Seguiu-me!*



**Imatge de la 35 a la 41: part de la visita a la plaça del castell**

*Font: pròpia*









### **Esplanada de l'església**

*Aquí farem una parada. Aquest era una lloc molt important per a Ramon Folch de Cardona, sabeu per quin motiu?*

*Per les vistes. A la seva època, les cases no eren tan altes com avui en dia i Bellpuig tenia menys habitants. Així que deixant anar una mica la imaginació des d'aquí dalt podem veure casi tot el poble. I el més important: quins altres punts alts veiem? El Castell, el convent i l'església!*

*Aquests tres punt eren molt important perquè quan hi havia una guerra els cavallers es situaven aquí dalt amb el seu cavall i veient si per Belianes venia alguna tropa d'enemics, o per Preixana, o inclús per Vilanova.*

*Si ens girem i mirem cap aquest costat (mirant cap a l'església) podem veure l'església de Sant Nicolau de Bellpuig. No ho expliqueu a ningú però mireu que tinc...(ensenyar les claus de l'església).*

*- Sou prou valents per entrar? Anem-hi!*



**Imatge de la 42 a la 47: part de la visita a l'esplanada de l'església**

*Font: pròpia*





## **Església de Sant Nicolau – Mausoleu**

*Tal com us he dit ara mateix estem assentats a l'església de Sant Nicolau i aquí davant hi ha un monument molt molt molt important. Sabeu que és?*

*Mausoleu -> és un monument funerari dedicat a una persona important. Aquest personatge l'enterren aquí perquè mostri la glòria després de la mort.*

*Aquest mausoleu el va fer un escultor italià, anomenat Giovanni Maigliano da Nola, però els amics li diem Gio. Ell va deixar la seva empremta al Mausoleu, veieu la seva firma?*

*Doncs el Gio va estar 5 anys picant tots els blocs de marbre per a esculpir-hi els vestits, les cares dels personatges, les batalles, ... El va construir de marbre blanc de Carrara, era un marbre molt valuós i únic. Però clar, el Gio era d'Itàlia i el mausoleu havia d'estar a Bellpuig. Sabeu com el va portar? Doncs a l'acabar el va desmuntar peça per peça, amb vaixells el va portar d'Itàlia fins al port de Salou i amb carros el vam portar fins a Bellpuig. Mireu si fa temps d'això que no hi havia ni camions i als camins hi havia moltes pedres i clots i els carros al passar trontollaven. Llavors els veïns de Bellpuig van pensar:*

- *Ui... si em d'esperar a que les peces del mausoleu no es trenquin passant per aquests camins, val més que hi posem solució!*

*I així ho van fer, sota les rodes dels carros hi posaven coixins, perquè així els carros no trontollessin tan i sigues més segur.*

*Mirem el mausoleu un moment. Us sembla gran? D'alçada mesura 11 metres, més o menys com si féssiu una torre de 8/9 nens, un sobre l'altre. I d'amplada mesura...(mirar cap al mausoleu i fer veure que penso i me n'he oblidat + agafar un nen per contar-ho). Ajuda'm si us plau. Contem les passes. Doncs va 5'5 metres d'amplada.*

*Sabeu com he descobert quin era l'element que faltava a Bellpuig? Ho he fet gràcies a l'estudi d'aquest mausoleu.*

*Ara que sabem que és un mausoleu. Us dono una pista per a que endevineu de quin personatge important de Bellpuig era. Veieu l'escut aquí dalt?*

*Hi ha tres ratlles ziga-zaga, que són les armes de la família dels Anglesola*

*I al costat de l'escut hi ha un gerro amb cards, la flor de la família dels Cardona*

*Per tant, a qui podien enterrar aquí dins? Ramon Folch de Cardona*

*Doncs sí, quan Ramon Folch de Cardona va morir als 54 anys el seu desig era ser enterrat a Bellpuig. Ell volia que fos enterrat al convent de Sant Bartomeu (que hem vist des de fora) i així va ser al principi. Però quan els monjos del convent van marxar el Mausoleu es va quedar descuidat. Llavors, els bellpuigencs/ques van decidir portar el mausoleu cap a l'església. I és per aquest motiu que ara el tenim aquí.*

*Va ser la seva esposa Isabel qui li va dedicar aquest mausoleu. I com sabem que li va dedicar la Isabel? Perquè aquests angelets ho demostren, es fan una declaració d'amor.*

*Isabel -> R.F.C.: Et recordaré sempre i per això et dedico aquest mausoleu.*

*R.F.C -> Isabel: Moltes gràcies Isabel estimada, ets la millor muller.*

*Quina creieu que és la part més important del Mausoleu?*

*La del centre -> aquí hi podem veure la figura d'un cavaller que descansa, representa Ramon Folch de Cardona i és en aquest sarcòfag on va ser enterrat. És R.F.C perquè va vestit amb l'armadura d'un cavaller, descansa sobre el casc, i aguanta un bastó (=poder). Però jo hi veig una cosa estranya en aquesta part del Mausoleu. La veieu vosaltres? Quantes mans veieu? Ah! Aquesta mà significa que li pertanyia molt territori.*

*Qui pot veure unes senyores que estan amb aquesta posició: (posar-se les mans a la cara, fer veure que plores, ...)? Exacte! Us presento a LES PLORANERES, aquestes senyores representen la tristesa i el dolor que molta gent va sentir quan R.F.C va morir.*

*I mireu, aquestes figures que aguanten el sarcòfag. Algú sap que són? Quan vaig començar a estudiar aquest enigma jo no sabia que feien aquestes dos persones, però em vaig llegir un llibre que ho explicava molt bé i ara ja ho entenc. Us ho explico? Són dues noies que fins a la cintura són humanes, però de la cintura avall semblen uns peixets. Ho veieu? Són sirenes! Aquestes, representen que quan*



*R.F.C es va morir el van portar nedant pels oceans fins arribar a una Illa i d'allí va anar al cel.*

*Tal com us he dit abans, Ramon Folch de Cardona era un cavaller i guerrer i va participar en diferents batalles. Vosaltres podríeu ser guerrers i guerreres? Doncs necessito 4 voluntaris per a que m'ho demostrin. Cadascun de vosaltres haurà de copiar una virtut. Les virtuts són les 2 senyores que estan dretes i les altres 2 que surten d'aquests medallons/cercles. Cadascuna porta un objecte i cada objecte té un significat relacionat amb les qualitats d'un cavaller.*

*A veure si ho encertem!*

- 1- fortalesa (branca de roure i casc)*
- 2- victòria (la palma)*
- 3- valentia i prudència (corona de llorer)*
- 4- pau i templança (la branca d'olivera).*

*Significat general és que Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola era un home just que lluitava per la pau, era fort i victoriós.*

*Els guerrers i cavallers lluitaven amb moltes batalles. I així també ho feia Ramon Folch de Cardona. Voleu veure una batalla? Doncs atanseu-vos una miqueta. Veieu aquí sota, a la part més baixa, doncs aquí es representada la batalla de Massalquvir. Que hi podeu veure?*

*Vaixells, galeres, guerrers, presoners, ...*

*Creieu que va guanyar aquesta batalla? Oi tan! Aquesta, i moltes més. I gràcies a totes aquestes victòries el van anomenar capità general de la Lliga Santa, la LL.S. era un exèrcit que lluitava en nom del Papa de Roma. El Papa com a agraïment li va regalar una espasa. Quan Ramon Folch de Cardona va morir, es va enterrar aquí amb la seva espasa.*

*Si ens canviem de bancs i ens posem més cap endarrere podem observar el punt més alt del mausoleu. Vieu que hi ha dos gerros a les puntes? Al costat dels gerros hi ha dos senyors. Aquests, eren els millors amics de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola i sempre anaven junts. Doncs bé, quan van baixar el Mausoleu del convent i el van posar aquí es van equivocar i aquests dos guerrers estan posicionats al revés. El de la dreta hauria d'anar a l'esquerra i el de l'esquerra a la*

*dreta. Així estarien mirant al centre del mausoleu representant que “vigilen” el sepulcre.*

*Ara que ja us he explicat tota la història recuperem les pistes i recordem tot el que us he explicat. (Llegir les pistes)*

*(Quan les pistes s'hagin acabat de llegir ->) algú té alguna idea de quin pot ser l'element desaparegut?*

*Genial! Lo que falta és l'ESPASA! Doncs com que m'han dit que us encantava llegir us he portat un llibre molt gruixut on s'explica com era l'espasa de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola, per a que la feia servir, com la netejava, quines batalles va lluitar amb l'espasa, ... Així que espereu-vos un moment aquí que us vaig a buscar el llibre. (Anar cap a darrera el Mausoleu per agafar espasa i portar-la amagada a l'esquena)*

*Nois! Ha desaparegut el llibre, no el trobo. Però millor si us ensenyo una espasa molt semblant a la que Ramon Folch de Cardona utilitzava. És aquesta! (ensenyar espasa).*

*Per finalitzar la visita us vull explicar la última curiositat de l'espasa. Quan Ramon anava a una guerra, abans de començar a lluitar feia un ritual. Treia la funda de l'espasa i es posava dempeus agafant-la. Quan la tenia ben agafada es posava seriós i concentrat i demanava un desig. El més segur es que demanés que li anés bé la guerra, que no el matessin i que es morís com menys gent possible. Jo ja he demanat el meu desig, no us diré si s'ha complert que sinó tindrè mala sort, però si vosaltres en voleu demanar un només cal que feu cua davant meu.*

Fins aquí arriba l'explicació de la visita.

### **Següents imatges:**

**Imatges de la 48 a la 53 i de la 59 a la 69: part de la visita al Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola dins l'Església de Sant Nicolau** *Font: pròpia*

**Imatges de la 54 a la 58: part de la visita al Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola dins l'Església de Sant Nicolau** *Font: Daniel Paül*



















#### 4- Crear recursos didàctics que vagin de la mà de la història per a que les explicacions siguin més senzilles i que el recurs turístic sigui més proper

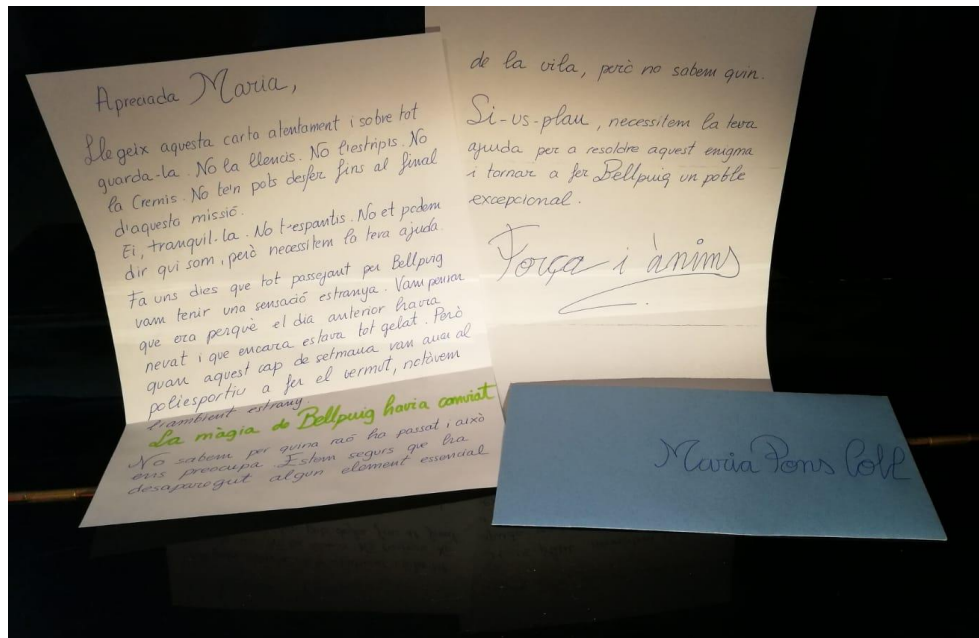
És l'últim apartat però segons el meu punt de vista un dels més importants. En la segona secció del 6.3 parlàvem d'un pastís. Doncs comparant aquest punt amb l'elaboració del pastís, seria el pas on ja havent-lo tret del forn el guarniríem amb fruita, xocolata, etc. És en aquest pas on depenent dels recursos addicionals que es creïn els resultats obtinguts seran més positius.

A continuació es pot veure la relació dels recursos de la visita guiada treballada durant el projecte.

- ❖ Carta: aquest objecte es va utilitzar per al primer contacte amb els alumnes. Abans de que els alumnes realitzessin les primeres enquestes se'ls hi llegia aquesta carta per a que fossin conscients que formaven part d'un projecte amb molta importància i que directament però inconscientment la motivació per realitzar l'enquesta augmentés.

**Imatge 70: carta**

*Font: pròpia*



- ❖ Maletí de mà: expressava la constància ja que des del primer dia es portava l'objecte i d'allí es treia diferents documents que s'utilitzaven en la visita.

**Imatge 71: maletí de mà**

*Font: pròpia*



- ❖ Pistes: l'objectiu de la creació d'aquests components és captar l'atenció dels alumnes per a que aprenguin més història a través d'aquest tipus de visites i indirectament siguin motivats.

**Imatge 72: pistes**

*Font: pròpia*



- ❖ Objectes que portaven les virtuts: casc, corona de llorer, palma i branca d'olivera. A través de poder tocar aquests elements els alumnes es fan una idea més real del recurs turístic.

**Imatge 73: objectes per a les explicacions**

*Font: pròpia*



- ❖ Espasa: és l'element desaparegut que els alumnes han de descobrir seguint les pistes comentades anteriorment.

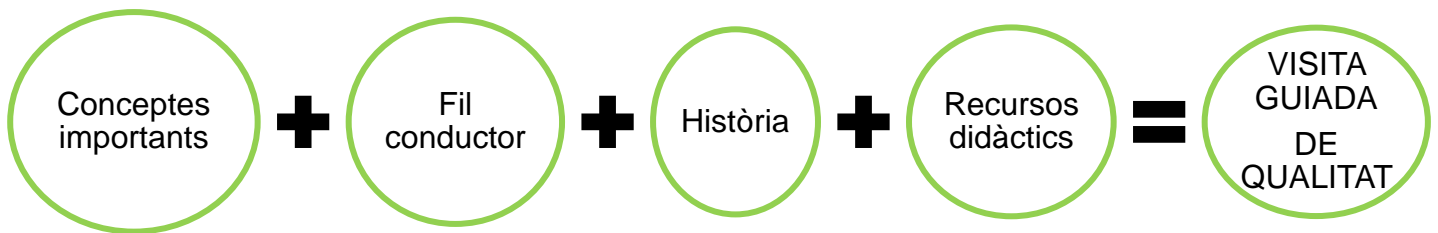
**Imatge 74: espasa**

*Font: pròpia*



Per finalitzar el punt 6.3 es oportú fixar-nos amb l'esquema següent on es plasma tota la informació detallada anteriorment.

**Gràfic 23: estàndards d'una visita guiada de qualitat**



*Fons: pròpia*

És després d'obtenir el disseny de la visita guiada quan s'ha de controlar la qualitat i el funcionament; entre altres variables; tal com es cita al marc teòric. Per aquest motiu es realitza una enquesta posterior a la vista. Així es demostra que aquesta tipologia de visites són molt efectives. A la següent secció (7. Anàlisi coneixença història de Bellpuig per part dels alumnes) es poden estudiar els resultats.



## 7. ANÀLISI CONEIXENÇA HISTÒRIA DE BELLPUIG PER PART DELS ALUMNES

### 7.1. Resultats de les enquestes

Com s'ha comentat anteriorment les enquestes realitzades han estat a un total de 132 alumnes (enquesta pre-visita) i 127 alumnes (enquesta post-visita) gràcies als alumnes dels cursos de 1r, 3r, 4t i 5è de primària de les escoles de Bellpuig. A continuació es troba l'anàlisi d'aquestes enquestes. Aquest es focalitza en comparació de resultats entre les enquestes pre i post visita. Iniciarem l'estudi amb els de 1r de l'escola Vedruna i continuant amb 3r i 4t de l'escola Valeri Serra, tot seguit amb 4t de l'Escola Vedruna i finalment, 5è de l'escola Valeri Serra.

Començarem amb l'escola Vedruna, concretament amb el primer curs. A continuació es pot veure la quantitat de 25 enquestes pre i 24 post visita i seguidament la comparació de resultats gràcies a la taula 1 de la pàgina 84.

**Gràfic 24: alumnes primer curs escola Vedruna**

ESCOLA	CURS	ENQUESTA PRE-VISITA	VISITA+ ENQUESTA POST-VISITA
ESCOLA VEDRUNA	PRIMER	25	24

Font: pròpia

Amb un total de 25 alumnes d'aquest curs (50% cada sexe) la segona enquesta la van realitzar un total de 24 estudiant (52'2% nens i el 47'8% nenes). La major part d'aquests 25 alumnes, el 60% mai han entrat a l'església però si que els hi agradaria anar-hi. Del percentatge d'alumnes que ja han estat a l'església el 76'9% els hi va agradar l'experiència i hi van anar amb la seva família (90%) o amb catequesis (10%). Després de realitzar la visita un 87'5% dels alumnes sabien el nom correcte de l'església (Sant Nicolau).

Pel que fa als coneixements de la vila es pot afirmar que el total dels alumnes coneixen quin és l'escut de Bellpuig. No obstant, hi ha una petita variació a l'enquesta post-visita, ja que hi ha 1 resposta incorrecta (4'2%). A més a més la comparació d'assenyalar els tres turons de Bellpuig ha millorat en els dos primers,

però en el tercer ha disminuït de 23 a 19 respostes correctes. La principal raó és perquè hi havia alguns alumnes que només marcaven 2 respostes, enlloc de 3. Pel fet de que la visita passés per diferents llocs del poble els alumnes han relacionat correctament els llocs de Bellpuig.

Gràcies a les explicacions de la visita els alumnes coneixen qui era Ramon Folch de Cardona; millorant els resultats del 68% de respostes correctes a la primera enquesta al 91'3%; i què és un mausoleu. Aquest últim coneixement té molta diferència ja que a l'enquesta abans de la visita sols un 20% d'alumnes van respondre correctament. En canvi, després de la visita el total d'alumnes sabia reconèixer un Mausoleu entre altres monuments i escultures.

Com s'ha comentat en apartats anteriors els conceptes a explicar varien segons l'edat del visitant. Així doncs, a l'última pregunta (Troba aquests elements a la fotografia) sols se'n van buscar 4 a la primera enquesta: les sirenes, el casc, la palma i l'escut familiar. El 44%, 24%, 12% i 92% van ser els percentatges de respostes correctes amb un total de 24 enquestats. Per contra, a l'enquesta post-visita es van poder buscar tots els elements amb uns resultats sorprenents tal com es pot veure a la següent taula.

En darrer terme, el no interès en visitar museus, esglésies, catedrals o convents va disminuir del 16% al 14'3%. Cal recalcar que aquest apartat va obtenir un total de 25 respostes a la primera enquesta i a la segona sols 21 respostes. Les altres 3 respostes eren alumnes que afirmaven que depèn de la visita. Com a últim apunt, el concepte que els alumnes tenien sobre que es podia fer a l'interior d'una església va canviar pel fet que molts van escollir l'opció "anar-hi d'excursió", per tant, realitzar turisme.

**Imatge 75: alumnes primer curs escola Vedruna**

*Font: pròpia*



**Taula1**

	<b>PREGUNTES</b>	<b>PRE-ENQUESTES</b>	<b>POST-ENQUESTES</b>
<b>1</b>	Tu ets ...	Nen: 50% Nena: 50%	Nen: 52'2% Nena: 47'8%
<b>2</b>	Has entrat mai a l'Església? (PreE) Com es diu l'Església de Bellpuig que hem visitat? (PostE)	Sí: 40% No: 60%	87'5% correcta 12'5% incorrecta
<b>2.1</b>	- Si no hi has anat, t'agradaria anar-hi?	Sí: 81'3% No: 18'8%	-
<b>2.2</b>	- Si hi has anat, et va agradar?	Sí: 76'9% No: 23'1%	-
<b>2.3</b>	- Amb qui hi vas anar?	Família: 90% Catequesis: 10%	-
<b>4</b>	Encercla l'escut de Bellpuig	100% correcte	95'8% correcta 4'2% incorrecta
<b>5</b>	Quina de les següents fotos és un mausoleu?	Correcte: 20% Incorrecte: 80%	100% correcta
<b>6</b>	A Bellpuig hi ha tres turons. Quins són?	Turó 1: 88% Turó 2: 68% Turó 3: 92%	Turó 1: 100% Turó 2: 95'8% Turó 3: 79'2%
<b>7</b>	Relaciona les fotografies amb els llocs corresponents de Bellpuig	Opció 1: 72% Opció 2: 20% Opció 3: 16% Opció 4: 18%	Opció 1: 73'9% Opció 2: 95'7% Opció 3: 56'5% Opció 4: 69'6%
<b>8</b>	Ramon Folch de Cardona era un personatge molt important per la història de Bellpuig. Saps qui era?	68% compte/baró 28% rei 4% escriptor	91'3% compte/baró 8'7% rei
<b>9</b>	Quan vas de vacances t'agrada visitar museus, esglésies, catedrals, convents?(PreE) A les teves pròximes vacances voldràs visitar un museu, església, catedral o convent? (PostE)	84% sí 16% no	85'7% sí 14'3% no
<b>10</b>	Què creus que es pot fer dins d'una església? (Més d'una resposta possible)	87'5% resar 4'2% menjar 29'2% aprendre història, art, ... 12'5% anar-hi d'excursió 87'5% escoltar missa	87'5% resar 12'5% concerts 29'2% aprendre història, art, ... 75% anar-hi d'excursió 83'3% escoltar missa
<b>11</b>	Troba aquests elements a la fotografia	44% sirenes 24% casc 12% palma 92% escut familiar	77'3% sirenes 54'5% casc 63'6% palma 90'9% escut familiar 31'8% declaració d'amor 77'3% sirenes

Continuarem l'anàlisi dels resultats amb 3r curs de l'Escola Valeri Serra. A continuació es pot veure la quantitat de 33 enquestes pre i 29 enquestes post visita, a més a més de la comparació de resultats de la taula 2 de la pàgina 87.

**Gràfic 25: alumnes tercer curs escola Valeri Serra**

ESCOLA	CURS	ENQUESTA PRE-VISITA	VISITA+ ENQUESTA POST-VISITA
<b>ESCOLA VALERI SERRA</b>	TERCER	33	29

*Font: pròpia*

Un 57'6% dels 33 enquestats són nens i el 42'4% nenes. D'aquests, el 60'6% (percentatge quasi igual que el 1r curs de l'escola Vedruna) no han entrat mai a l'església de Bellpuig. Però sí que els hi agradaria anar-hi. Del 39'4% dels alumnes que han estat a l'església els hi va agradar i hi han estat gràcies a la família (66'7%) i catequesis (33'4%). S'ha pogut comprovar que tan sols el 14'3% d'alumnes que van realitzar la sortida no sabien el nom de l'església a l'acabar la visita. Aquest percentatge representa 4 del 29 alumnes presents; un percentatge molt baix.

Pel que fa als coneixements del poble tots els alumnes sabien quin era l'escut de la vila, els tres turons i els llocs més emblemàtics. Es poden veure que en ambdós enquestes els percentatges de respostes correctes són molt alts. El motiu és perquè a l'escola treballaven aquests tres temes (quin és l'escut de Bellpuig, quins són els tres turons i els llocs del poble).

En relació amb el personatge Ramon Folch de Cardona, les respostes correctes de les enquestes pre-visita no arriben a la meitat (48'5%), fet que després quasi és dupliquen (96'2%). A les enquestes post-visita sols una persona es va errar i va escollir l'opció escriptor. Abans de realitzar la visita la major part d'estudiants (66'7%), 22 en concret, sabia que era un mausoleu. Per tant, les altres 11 respostes errònies van passar a ser correctes després de la visita.

Pel que fa als elements del mausoleu s'observen uns resultats molt positius d'una enquesta a l'altra. Per exemple, en el cas de la declaració d'amor, només 1 persona l'havia trobat i a l'enquesta post-visita un total de 18 alumnes.

Finalment comentar que en aquest curs l'interès de visitar museus, esglésies, catedrals o convents no ha incrementat. Els alumnes interessats en realitzar aquest tipus de visites a futures vacances han disminuït concretament un 16%. S'ha de tenir en compte que faltaven 4 alumnes el dia de la visita. No obstant, el canvi d'opinió a no realitzar altres visites als espais indicats no comporta que els alumnes tinguin la ment tancada i opinin que a les esglésies es va a resar o a escoltar missa, ja que més alumnes jutgen que també s'hi pot anar d'excursió i aprendre història o art.

<b>Taula 2</b>	<b>PREGUNTES</b>	<b>PRE-ENQUESTES</b>	<b>POST-ENQUESTES</b>
<b>1</b>	Tu ets ...	Nen: 57'6% Nena: 42'4%	Nen: 53'6% Nena: 46'4%
<b>2</b>	Has entrat mai a l'Església? (PreE) Com es diu l'Església de Bellpuig que hem visitat? (PostE)	Sí: 39'4% No: 60'6%	85'7% correcte 14'3% incorrecte
<b>2.1</b>	- Si no hi has anat, t'agradaria anar-hi?	Sí: 84'2% No: 15'8%	-
<b>2.2</b>	- Si hi has anat, et va agradar? Amb qui hi vas anar?	Sí: 92'9% No: 7'1%	-
<b>2.3</b>	- Amb qui hi vas anar?	Família: 66'6% Catequesis: 33'3%	-
<b>4</b>	Encercla l'escut de Bellpuig	100% correcte	100% correcte
<b>5</b>	Quina de les següents fotos és un mausoleu?	Correcte: 66'7% Incorrecte: 33'4%	100% correcta
<b>6</b>	A Bellpuig hi ha tres turons. Quins són?	Turó 1: 87'9% Turó 2: 78'8% Turó 3: 78'8%	Turó 1: 100% Turó 2: 93'1% Turó 3: 96'6%
<b>7</b>	Relaciona les fotografies amb els llocs corresponents de Bellpuig	Opció 1: 93'9% Opció 2: 93'9% Opció 3: 93'9% Opció 4: 87'9%	Opció 1: 93'1% Opció 2: 96'6% Opció 3: 96'6% Opció 4: 93'1%
<b>8</b>	Ramon Folch de Cardona era un personatge molt important per la història de Bellpuig. Saps qui era?	48'5% compte/baró 27'3% rei 24'2% escriptor	96'2% compte/baró 3'8% escriptor
<b>9</b>	Quan vas de vacances t'agrada visitar museus, esglésies, catedrals o convents? (PreE) A les teves pròximes vacances voldràs visitar un museu, església, catedral o convent? (PostE)	84'8% sí 15'2% no	75% sí 25% no
<b>10</b>	Què creus que es pot fer dins d'una església? (Més d'una resposta possible)	78'8% resar 3% jugar 9'1% concerts 0% menjar 24'2% aprendre història, art, ... 36'4% anar-hi d'excursió 75'8% escoltar missa	86'2% resar 0% jugar 3'4% concerts 0% menjar 37'9% aprendre història, art, ... 41'4% anar-hi d'excursió 75'9% escoltar missa
<b>11</b>	Troba aquests elements a la fotografia	3'7% declaració d'amor 22'2% sirenes 11'1% ploraneres 0% casc 22'2% palma 81'5% escut familiar	64'3% declaració d'amor 85'7% sirenes 85'7% ploraneres 64'3% casc 60'7% palma 92'9% escut familiar

En aquest tercer anàlisi ens basarem amb els resultats del 4t curs de l'Escola Valeri Serra. La quantitat d'alumnes que van fer la primera enquesta van ser de 27 (33'3% nens i 66'7% nenes) i la visita i la segona enquesta de 30 (40% nens i 60% nenes). A continuació s'estudiaran els resultats obtinguts d'aquestes enquestes i plasmats a la taula 3 de la pàgina 90.

**Gràfic 26: alumnes quart curs escola Valeri Serra**

ESCOLA	CURS	ENQUESTA PRE-VISITA	VISITA+ ENQUESTA POST-VISITA
<b>ESCOLA VALERI SERRA</b>	QUART	27	30

*Font: pròpia*

Després de realitzar la visita el 90% dels alumnes va respondre correctament el nom de l'església. Exceptuant 3 alumnes (10%) que es van equivocar. Un 60% dels alumnes aproximadament havia estat amb anterioritat a l'església i d'aquests el 75% hi havia anat amb la família i els hi havia agradat l'experiència. A les enquestes pre-visita van ser un total de 8 alumnes els que no sabien que era un mausoleu. Després de la realització de la visita, els resultats van millorar al 100% de respostes correctes.

Els coneixements de Bellpuig que els alumnes tenien amb anterioritat de la visita eren molt bons, ja que tots sabien quin era l'escut de Bellpuig, també els tres turons i també els llocs més destacats. Cal destacar que en la comparació de respostes de la pregunta 6 (A Bellpuig hi ha tres turons. Quins són?) el turó número 3 el percentatge disminueix pel fet que algun alumne no va escollir les tres opcions i perquè va marcar una altra opció.

Fixant-nos amb els resultats sobre el personatge Ramon Folch de Cardona, quasi la meitat dels estudiants el reconeixien com un escriptor. No obstant, es demostra que després de la visita aquestes opinions canvien i sols hi ha dos alumnes que el consideren rei. Es pot demostrar l'efectivitat de la visita amb els percentatges dels elements a trobar a la fotografia (pregunta 11). On les ploraneres abans de realitzar



la visita no les troben cap alumne. En canvi, a la segona enquesta 25 estudiants les identifiquen.

Ben cert és que els percentatges que plasmen l'interès dels alumnes per a realitzar futures visites a museus, esglésies, catedrals o convents es redueix. No obstant, la quantitat d'alumnes que realitzen aquest tipus d'activitats és la mateixa que els alumnes que les volen continuar fent, un total de 23. El percentatge canvia pel fet de que la primera enquesta no va ser realitzada per la classe completa, faltaven 3 persones.

Gràcies a la visita guiada més alumnes consideren que a les esglésies no solament hi acudeixes per resar, sinó que també s'hi pot anar d'excursió i aprendre història; entre altres activitats.

**Imatge 76: alumnes quart curs escola Valeri Serra**

*Font: Daniel Paül*



Taula 3	PREGUNTES	PRE-ENQUESTES	POST-ENQUESTES
1	Tu ets ...	Nen: 33'3% Nena: 66'7%	Nen: 40% Nena: 60%
2	Has entrat mai a l'Església? (PreE) Com es diu l'Església de Bellpuig que hem visitat? (PostE)	Sí: 59'3% No: 40'7%	90% correcte 10% incorrecte
2.1	- Si no hi has anat, t'agradaria anar- hi?	Sí: 68'8% No: 31'3%	-
2.2	- Si hi has anat, et va agradar? Amb qui hi vas anar?	Sí: 75% No: 25%	-
2.3	- Amb qui hi vas anar?	Família: 100%	-
4	Encercla l'escut de Bellpuig	100% correcte	100% correcte
5	Quina de les següents fotos és un mausoleu?	Correcte: 69'2% Incorrecte: 30'8%	100% correcta
6	A Bellpuig hi ha tres turons. Quins són?	Turó 1: 81'5% Turó 2: 92'6% Turó 3: 96'3%	Turó 1: 96'7% Turó 2: 93'3% Turó 3: 93'3%
7	Relaciona les fotografies amb els llocs corresponents de Bellpuig	Opció 1: 96'3% Opció 2: 100% Opció 3: 96'3% Opció 4: 96'3%	Opció 1: 100% Opció 2: 100% Opció 3: 100% Opció 4: 100%
8	Ramon Folch de Cardona era un personatge molt important per la història de Bellpuig. Saps qui era?	25'9% compte/baró 25'9% rei 48'1% escriptor	93'3% compte/baró 6'7% escriptor
9	Quan vas de vacances t'agrada visitar museus, esglésies, catedrals o convents? (PreE) A les teves pròximes vacances voldràs visitar un museu, església, catedral o convent? (PostE)	85'2% sí 14'8% no	76'7% sí 23'3% no
10	Què creus que es pot fer dins d'una església? (Més d'una resposta possible)	92'6% resar 0% jugar 7'4% concerts 0% menjar 7'4% aprendre història, art 3'7% anar-hi d'excursió 74'1% escoltar missa	86'7% resar 3'3% jugar 3'3% concerts 0% menjar 43'3% aprendre història, art, 13'3% anar-hi d'excursió 93'3% escoltar missa
11	Troba aquests elements a la fotografia	19% declaració d'amor 9'5% sirenes 0% ploraneres 28'6% casc 9'5% palma 90'5% escut familiar	81'5% declaració d'amor 100% sirenes 92'6% ploraneres 92'6% casc 77'8% palma 96'3% escut familiar

A continuació es fa referència a l'anàlisi dels resultats dels alumnes de 4t de l'Escola Vedruna. Es van realitzar la quantitat de 22 enquestes pre visita ( 54% nens i 46% nenes) i 21 enquestes post visita (57% nens i 43% nenes). Seguidament es pot observar la comparació de resultats de les enquestes a la taula 4 situada a la pàgina 93.

**Gràfic 27: alumnes quart curs escola Vedruna**

ESCOLA	CURS	ENQUESTA PRE-VISITA	VISITA+ ENQUESTA POST-VISITA
ESCOLA VEDRUNA	QUART	22	21

*Font: pròpia*

D'aquests 22 alumnes el 77'3% havia estat amb anterioritat a l'església de Bellpuig, amb la família o amb catequesis i a la meitat els hi va agradar i a l'altra meitat no. Aquesta escola anteriorment era una escola religiosa. Per aquest motiu, el percentatge d'alumnes que ja havia estat a l'església supera els de l'escola Valeri Serra. L'altre curs d'aquesta escola, primer de primària, com que estan al primer cicle no realitzen tantes activitats. Aquest és el motiu pel qual els percentatges dels dos cursos de l'Escola Vedruna no siguin equivalents.

La coneixença de l'escut, dels tre turons i dels llocs de Bellpuig es podria afirmar que es perfecta, gairebé a tots els punts el percentatge de respostes correctes era 100% o al voltant. Cal esmentar que la reducció del percentatge de l'opció 2 de la pregunta 7 (Relaciona les fotografies amb els llocs corresponents de Bellpuig) es deguda a que un alumne no va unir una foto amb un lloc i va doblar un lloc amb dos fotos. Segons el meu punt de vista, opino que és més un descuit de no fixar-se.

Com a cultura general la major part dels alumnes saben que era un mausoleu abans de realitzar la visita. Les respostes errònies van ser 4 senyalitzant el Convent de Sant Bartomeu de Bellpuig.

Abans de realitzar la visita la major part d'alumnes d'aquest curs consideraven que Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola era un rei, concretament 10 persones. Ja



havent realitzat la visita les opinions van canviar i sols una persona de les 21 el seguia considerant rei.

Pel que fa als percentatges dels gustos sobre visitar museus, esglésies, catedrals i convents no són satisfactoris. Sols un 14'3% del total dels alumnes de 4t de l'escola Vedruna visitarien algun d'aquests recurs. És un percentatge molt baix tenint en compte que van en un col·legi catòlic i que moltes sortides que realitzen visiten monuments d'aquesta religió. Pot ser conseqüència de que les experiències anteriors no hagin sigut satisfactòries.

En aquest cas, tal com consideraven altres cursos, les accions que es poden desenvolupar dins d'una església no s'associen sempre a resar i escoltar missa. Aquests percentatges s'empeteixen després d'haver realitzat la visita.

Per concloure l'anàlisi d'aquest curs esmentar que és una de les classes que han trobat més elements a la fotografia de la pregunta 11. I, què, a l'enquesta posterior a la visita tots els percentatges es troben al voltant del 100% d'encerts, tret de 2 que són les ploraneres i la palma, aquest últim és l'element amb més dificultat.

**Imatge 77: alumnes quart curs escola Vedruna**

**Font: pròpia**



<b>Taula 4</b>	<b>PREGUNTES</b>	<b>PRE-ENQUESTES</b>	<b>POST-ENQUESTES</b>
<b>1</b>	Tu ets ...	Nen: 54'5% Nena: 45'5%	Nen: 57'1% Nena: 42'9%
<b>2</b>	Has entrat mai a l'Església? (PreE) Com es diu l'Església de Bellpuig que hem visitat? (PostE)	Sí: 77'3% No: 22'7%	100% correcta
<b>2.1</b>	- Si no hi has anat, t'agradaria anar-hi?	Sí: 12'9% No: 57'1%	-
<b>2.2</b>	- Si hi has anat, et va agradar? Amb qui hi vas anar?	Sí: 50% No: 50%	-
<b>2.3</b>	- Amb qui hi vas anar?	Família: 56'25% Catequesis: 43'75%	-
<b>4</b>	Encercla l'escut de Bellpuig	100% correcte	100% correcte
<b>5</b>	Quina de les següents fotos és un mausoleu?	Correcte: 81'8% Incorrecte: 18'2%	100% correcta
<b>6</b>	A Bellpuig hi ha tres turons. Quins són?	Turó 1: 86'4% Turó 2: 95'5% Turó 3: 86'4%	Turó 1: 100% Turó 2: 95'2% Turó 3: 100%
<b>7</b>	Relaciona les fotografies amb els llocs corresponents de Bellpuig	Opció 1: 100% Opció 2: 100% Opció 3: 100% Opció 4: 100%	Opció 1: 100% Opció 2: 95'2% Opció 3: 100% Opció 4: 100%
<b>8</b>	Ramon Folch de Cardona era un personatge molt important per la història de Bellpuig. Saps qui era?	36'4% compte/baró 45'5% rei 18'2% escriptor	95'2% compte/baró 4'8% rei
<b>9</b>	Quan vas de vacances t'agrada visitar museus, esglésies, catedrals o convents? (PreE) A les teves pròximes vacances voldràs visitar un museu, església, catedral o convent? (PostE)	36'4% sí 63'6% no	14'3% sí 85'7% no
<b>10</b>	Què creus que es pot fer dins d'una església? (Més d'una resposta possible)	95'5% resar 4'5% jugar 59'1% concerts 72'7% menjar 9'1% aprendre història, art 31'8% anar-hi d'excursió 95'5% escoltar missa	90'5% resar 0% jugar 9'5% concerts 9'5% menjar 19% aprendre història, art 61'9% anar-hi d'excursió 76'2% escoltar missa
<b>11</b>	Troba aquests elements a la fotografia	4'5% declaració d'amor 40'9% sirenes 22'7% ploraneres 50% casc 0% palma 81'8% escut familiar	85'7% declaració d'amor 90'5% sirenes 66'7% ploraneres 95'2% casc 52'4% palma 81% escut familiar

Per a concloure l'anàlisi de coneixença per part dels alumnes ens establirem amb els resultats del curs de 5è de l'Escola Valeri Serra. La quantitat d'alumnes que van fer la primera enquesta va ser de 25 (52% nens i 48% nenes) i la visita i la segona enquesta de 22 (54% nens i 46% nenes). A continuació s'estudiaran els resultats obtinguts d'aquestes enquestes i plasmat a la taula 5 de la pàgina 96.

**Gràfic 28: alumnes cinquè curs escola Valeri Serra**

ESCOLA	CURS	ENQUESTA PRE-VISITA	VISITA+ ENQUESTA POST-VISITA
<b>ESCOLA VALERI SERRA</b>	CINQUÈ	25	22

Font: pròpia

S'ha de tenir en compte que aquesta classe ja havia realitzat una visita al Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola el curs previ, o sigui un any abans. No obstant, hi ha dos alumnes nous i per això el percentatge del 8%. El 87% dels alumnes que hi van estar els hi va agradar l'experiència. Un d'aquests alumnes nous acabava d'arribar al poble, per tant no sabia quin era l'escut de Bellpuig, per això el 4% incorrecte en la pregunta 4 (Encercla l'escut de Bellpuig). Pel que fa als coneixements del poble (els tres turons i els llocs destacables) es pot afirmar que tots els estudiants ho sabien perfectament, per tant, en aquest cas la visita es va realitzar amb paraules més tècniques i explicacions més professionals.

Els resultats de les preguntes 5 (Quina de les següents fotos és un mausoleu?) i 8 (Ramon Folch de Cardona era un personatge molt important per la història de Bellpuig. Saps qui era?) de les enquestes pre-visita són com els resultats d'altres cursos. En això vull fer referència a que ja havent visitat el Mausoleu haurien d'identificar la foto sense problema i saber qui era Ramon Folch de Cardona i d'Anglesola. Però no és el cas, així doncs es pot afirmar que la visita tradicional que van dur a terme l'any anterior no té les mateixes recompenses que la visita realitzada a partir d'aquest projecte ja que els percentatges són correctes o bé que



no recordaven les explicacions de la visita anterior ja que era fa un any, seria un tema interessant d'analitzar.

En aquest cas, hi ha hagut una disminució d'alumnes que no els interessava / agradava visitar museus, esglésies, catedrals o convents durant les vacances. Probablement aquesta decreixement sigui degut a l'absència de tres alumnes el dia de la visita. Però per altra banda, més alumnes consideren que es pot anar d'excursió a una església i aprendre història.

Finalment, comparant els resultats de l'última pregunta es pot veure que tret dels tres elements més complicats d'ubicar al monument, els altres elements han estat trobats per tots els alumnes. En el cas de les ploraneres el van trobar 19 alumnes, el casc 21 alumnes i la palma 18 alumnes; 86'4%, 95'5% i 81'8% respectivament.

**Imatge 78: alumnes cinquè curs escola Valeri Serra**      *Font: pròpia*



Taula 5	PREGUNTES	PRE-ENQUESTES	POST-ENQUESTES
1	Tu ets ...	Nen: 52% Nena: 48%	Nen: 54'5% Nena: 45'5%
2	Has entrat mai a l'Església? (PreE) Com es diu l'Església de Bellpuig que hem visitat? (PostE)	Sí: 92% No: 8%	86'4% correcte 13'6% incorrecte
2.1	- Si no hi has anat, t'agradaria anar-hi?	Sí: 0% No: 100%	-
2.2	- Si hi has anat, et va agradar? Amb qui hi vas anar?	Sí: 87% No: 13%	-
2.3	- Amb qui hi vas anar?	Família: 13% Escola: 82'6% Catequesis: 4'3%	-
4	Encercla l'escut de Bellpuig	96% correcte 4% incorrecte	100% correcte
5	Quina de les següents fotos és un mausoleu?	Correcte: 68% Incorrecte: 32%	100% correcta
6	A Bellpuig hi ha tres turons. Quins són?	Turó 1: 76% Turó 2: 72% Turó 3: 21%	Turó 1: 100% Turó 2: 95'5% Turó 3: 100%
7	Relaciona les fotografies amb els llocs corresponents de Bellpuig	Opció 1: 92% Opció 2: 92% Opció 3: 100% Opció 4: 100%	Opció 1: 100% Opció 2: 100% Opció 3: 100% Opció 4: 100%
8	Ramon Folch de Cardona era un personatge molt important per la història de Bellpuig. Saps qui era?	48% compte/baró 40% rei 12% escriptor	95'5% compte/baró 4'5% escriptor
9	Quan vas de vacances t'agrada visitar museus, esglésies, catedrals o convents? (PreE) A les teves pròximes vacances voldràs visitar un museu, església, catedral o convent? (PostE)	68% sí 32% no	77'3% sí 22'7% no
10	Què creus que es pot fer dins d'una església? (Més d'una resposta possible)	96% resar 0% jugar 12% concerts 4% menjar 56% aprendre història, art 48% anar-hi d'excursió 92% escoltar missa	86'4% resar 0% jugar 18'2% concerts 4'5% menjar 72'7% aprendre història, art 59'1% anar-hi d'excursió 77'3% escoltar missa
11	Troba aquests elements a la fotografia	25% declaració d'amor 45'8% sirenes 4'2% ploraneres 70'8% casc 0% palma 79'2% escut familiar	100% declaració d'amor 100% sirenes 86'4% ploraneres 95'5% casc 81'8% palma 100% escut familiar

**Imatge 79, 80 i 81: diversos alumnes realitzant les enquestes finals a  
l'església de Sant Nicolau**

*Font: Daniel Paül (imatge 74) i pròpia (imatges 75 i 76)*





## 8. Conclusions

Tot seguit s'exposen les conclusions obtingudes de l'estudi, l'anàlisi i la posada en pràctica dels objectius marcats a l'inici d'aquest treball.

Com a primera conclusió, cal afirmar que Bellpuig és una població amb molt d'atractiu turístic i és imprescindible saber-hi treure profit. A hores d'ara, els encarregats d'aquests recursos no ho fan, per motius aliens. Potser ara no és el millor moment per a créixer com a destí turístic. Però si un projecte es comença amb il·lusió i ganes, tirar-lo endavant no és tan difícil i es fa més suportable.

Es pot afirmar que l'objectiu ú s'ha assolit creant així com a producte turístic una visita guiada per a turisme escolar transmeten als alumnes la història del poble, l'existència d'un mausoleu i la crònica d'aquest.

Pel que fa al turisme escolar es pot afirmar que és un camp amb un potencial increïble però molt poc estudiat. No hi ha gaires manuals que redactin l'estudi sobre aquest turisme. Sota el meu punt de vista és un públic amb moltes possibilitats per a fer créixer els més menuts amb els conceptes clars de què el turisme el pots realitzar visitant el poble veí. Així doncs hi hauria d'haver més professionals dedicats a investigar i estudiar el turisme dels escolars.

Per altra banda és important tenir en compte que les tendències evolucionen i tal com s'ha explicat anteriorment els mètodes d'ensenyament també canvien, no s'explica igual ara que fa vint anys. Com a conseqüència els alumnes tenen altres necessitats; com per exemple aprendre fora de les parets d'un centre o bé assimilar nous conceptes a través de fer activitats en contacte directe amb el medi. Per tant, des del sector turístic és important que sapiguem satisfer aquestes necessitats.

Sempre és interessant conèixer la història d'un destí, però és més captivant aprendre-ho de manera divertida i dinàmica. Així s'ha pogut comprovar gràcies a la visita turística dissenyada en aquest projecte. Els coneixements dels alumnes han augmentat i així ho demostren els resultats de les enquestes. Aquest augment no ha estat gràcies a la típica visita guiada on t'expliquen molt acuradament cada detall

del recurs; sinó que ha estat gràcies a la participació activa dels alumnes, a les explicacions adaptades i a la dinamització d'aquestes visites.

Amb referència a la creació d'un producte turístic també cal esmentar que aquest concepte inconscientment es relaciona amb la creació d'una empresa. I no, no és així. No té perquè haver-hi una empresa darrera per crear un producte, ja que es pot fer a través d'associacions, voluntariat, entitats, etc. Gran part dels manuals consultats per l'elaboració d'aquest projecte tracten sobre la creació d'una empresa i és un contrarietat que he hagut d'afrontar per reconduir el treball.

En relació amb l'objectiu 3, el procés de patrimonialització del recurs turístic, clarificar que no és un procés de la nit al dia. És un procediment que es fa molt lentament i també involuntàriament. El primer pas ha estat apropar els recursos i la història de Bellpuig als alumnes. De manera automàtica ells han atorgat valor a aquests recursos i tot indica que si en un futur veuen una foto del mausoleu sabran dir de qui era, que significava, entre altres comentaris. A més a més, de millorar el sentiment de pertinença. Dir que tu pertanys a aquell poble i que allò és "teu", crea una estima directa amb aquell recurs. O per altra banda, quan un Bellpuigenc torna d'un llarg viatge i veu els tres turons, el Convent o el campanar de l'església sent que ja està a casa. Per tant, aquesta és la finalitat que volia assolir el tercer objectiu.

En conseqüència a la tipologia de visita guiada els alumnes han estat capaços de no sols associar l'església amb l'activitat cristiana. Sinó que s'hi poden dur a terme infinitats d'accions. Cal destacar que de la totalitat dels alumnes que han participat en el projecte una proporció força notable és de religió musulmana. Aquests, quan entraven a l'església, la gran majoria no hi havien estat mai, preguntaven pels símbols i elements que més els hi cridaven l'atenció. Ells l'associaven a un lloc de culte però també un lloc versàtil on es podien desenvolupar diferents activitats.

Tal com s'ha dit anteriorment la comparativa entre els resultats de l'enquesta pre-visita i l'enquesta post-visita demostra el fruit de la tipologia de visita. Per aquest fet l'objectiu marcat número cinc s'assoleix de manera molt positiva. No obstant, centrant-nos amb la segona part d'aquest mateix objectiu podem afirmar que no ha



estat així. En totes les enquestes post-visita hi ha hagut una disminució dels alumnes que realitzarien una visita en un espai com un museu, convent, església o catedral en comparació amb els resultats de les enquestes pre-visita. Així doncs, és necessari seguir treballant en aquest aspecte i introduir noves metodologies per aconseguir que siguin els més petits qui motivin als pares a realitzar turisme cultural.

Per acabar aquest apartat i en conclusió sobre la meva experiència ho puc descriure amb quatre paraules i divuit lletres: “Ho tornaria a repetir”. Com a professional del sector turístic treballar sobre aquest camp no investigat anteriorment ha estat singular, pel fet de que hi ha pocs precedents als que poder comparar i basar-te per a desenvolupar la teva proposta. Però veure la cara dels nens motivats per aprendre sobre un recurs turístic tan imponent com és el Mausoleu de Ramon Folch de Cardona i d’Anglesola val la pena.

## 9. Bibliografia i web grafia

### Bibliografia

- Bobby, G. (2017). Education vs. Edutainment. *Huffingtonpost*, p. 3. Retrieved from [https://www.huffingtonpost.com/bobby-george/education-vs-edutainment\\_b\\_8491136.html?guccounter=1](https://www.huffingtonpost.com/bobby-george/education-vs-edutainment_b_8491136.html?guccounter=1)
- Cabeza i Sánchez, S., Enríquez i Carpio, S. M., & Puertas i Santiago, R. (2012). Estudio de la oferta de turismo escolar en Cataluña. *Tour&Her*, 1(1), 114.
- Castell i Villanueva, J., Coma i Quintana, L., & Martín i Piñol, C. (2012). Turismo escolar y nuevas herramientas de interpretación patrimonial. *Tour&Her*, 1(1), 114.
- Cultural, P. (2016). Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya Model de recompte dels visitants dels museus i equipaments patrimonials a Catalunya.
- Feliu i Torruella, M. (2012). ¿Qué pueden ofrecer los museos al turismo escolar? *Tour&Her*, 1(1), 114.
- Guzmán, T. J. L., M<sup>a</sup>, S., & Cañizares, S. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas, 6, 159–171.
- Henche, B. G.; Moreno, I. S. (2016). Marketing de experiencias creación de un producto turístico: Ruta milenaria del atún. *El Turismo y La Experiencia Del Cliente*, 474. Retrieved from [http://ftf.us.es/Jor\\_Inv\\_Tur/IX\\_jornadas\\_investiga.tomo\\_1.pdf#page=247](http://ftf.us.es/Jor_Inv_Tur/IX_jornadas_investiga.tomo_1.pdf#page=247)
- José, F., Carmona, R., & Tabales, J. M. N. (n.d.). LA FORMACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO : LA RUTA DE LA THE CREATION OF A TOURIST PRODUCT : THE ROUTE OF THE, 175–190.
- Luque i Silvestre, J. C. (2012). Itinerarios didácticos urbanos. Conocer la ciudad: el caso de Barcelona. *Tour&Her*, 1(1), 114.
- Mazarrasa Mowinckel, K. (2016). El turismo experiencial y creativo: el caso de Cantabria. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(3), 195–203. Retrieved from

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5665941.pdf%5Cnhttps://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=5665941>

Molina Llonch, N. (2012). El turismo escolar y la crisis de la escuela. *Tour&Her*, 1(1), 114.

Niño, M. (2012). Las Salidas escolares en la Educación Primaria, (Junio), 1–53. Retrieved from <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/1845/1/TFG-L 56.pdf>

Osácar Marzal, E. (2012). Velázquez: puesta en valor de un destino turístico a partir de un icono cultural. *Tour&Her*, 1(1), 114.

Rodríguez i Fernández, C. (2012). Aproximación pedagógica al turismo escolar. *Tour&Her*, 1(1), 114.

Ruiz Torres, D., Aumentada, R., & museos, educación. (2011). Realidad Aumentada, Educación Y Museos. *REVISTA ICONO Año*, 14(2), 1697–8293.

Santacana i Mestre, J. (2012). Cuando los niños son los consumidores del turismo. *Tour&Her*, 1(1), 114.

Sariego López, I., & del Cerro, L. (2016). La ruta turística de Carlos V: los primeros pasos en la creación del producto. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(2), 439–466. Retrieved from <https://0-dialnet-unirioja-es.ubucatuva.es/descarga/articulo/5665879.pdf>

Vich i Martorell, Àngel Gabriel. (2006). *Creació i gestió de productes turístics*.

Yeguas i Gassó, Joan. (2009). El mausoleu de Bellpuig.

GMM comunicació experiencial. Bellpuig, vila medieval. Retrieved from <http://www.bellpuig.cat/fotos/bellpuig//QUADERPED.pdf> (Febrer 2018)

## Web grafia

Convent de Bellpuig. (Febrer 2018).

[http://monuments.mhcat.cat/convent\\_de\\_sant\\_bartomeu](http://monuments.mhcat.cat/convent_de_sant_bartomeu)

Mapio.net. (Abril 2018).

<http://mapio.net/pic/p-55262547/>

Castell de Bellpuig. (Febrer 2018).

[http://www.valldelcorb.info/turisme/patrimoni/castell\\_de\\_bellpuig.htm](http://www.valldelcorb.info/turisme/patrimoni/castell_de_bellpuig.htm)

Ajuntament de Bellpuig. (Febrer 2018).

<http://www.bellpuig.cat/index.php>

Oficina de turisme de Bellpuig. (Febrer 2018).

[http://bellpuig2.entitatsbellpuig.cat/on\\_som\\_1/\\_5G1ICS7tAW4kGQIIAbBqrOqt3-jrZO3NxHowcrzLE7CO9aqoSyVC3g](http://bellpuig2.entitatsbellpuig.cat/on_som_1/_5G1ICS7tAW4kGQIIAbBqrOqt3-jrZO3NxHowcrzLE7CO9aqoSyVC3g)

Consell Comarcal de l'Urgell - Turisme. (Febrer 2018).

<http://turisme.urgell.cat/bellpuig/>



## 10. Annexos

### Annex 1 → 4.3.2 – Competències en l'educació

## Competències i nivells de gradació

	Competències	Nivell 1	Nivell 2	Nivell 3
Món actual	<b>1. Plantejar-se preguntes sobre el medi, utilitzar estratègies de cerca de dades i analitzar resultats per trobar respostes</b>	<b>1.1.</b> Plantejar-se preguntes senzilles, utilitzar amb l'ajuda d'una pauta donada estratègies de cerca de dades i relacionar els resultats amb coneixements científics bàsics per arribar a respostes.	<b>1.2.</b> Plantejar-se preguntes, utilitzar de manera autònoma estratègies senzilles de cerca de dades i relacionar els resultats amb coneixements científics per arribar a respostes.	<b>1.3.</b> Plantejar-se preguntes complexes, dissenyar i utilitzar estratègies de cerca de dades i analitzar els resultats amb coneixements científics per arribar a respostes.
	<b>2. Interpretar el present a partir de l'anàlisi dels canvis i continuïtats al llarg del temps, per comprendre la societat en què vivim</b>	<b>2.1.</b> Interpretar l'entorn sociocultural proper, a partir dels coneixements adquirits i d'informacions bàsiques facilitades sobre canvis i continuïtats al llarg del temps, identificar alguna causa i conseqüència i elaborar una conclusió senzilla pertinent.	<b>2.2.</b> Interpretar l'entorn sociocultural proper, relacionant informacions de procedència diversa sobre canvis i continuïtats al llarg del temps, identificar causes i conseqüències i elaborar una conclusió pertinent.	<b>2.3.</b> Interpretar l'entorn sociocultural proper o llunyà, relacionant informacions de procedència diversa sobre canvis i continuïtats al llarg del temps, relacionar causes i conseqüències i elaborar una valoració personal justificada.
	<b>3. Interpretar l'espai a partir dels elements del territori i de les seves representacions per situar-s'hi i desplaçar-s'hi</b>	<b>3.1.</b> Situar i representar objectes, llocs i la pròpia posició en croquis i en mapes senzills; orientar-se i desplaçar-se seguint les normes bàsiques de seguretat viària quan correspongui i planificar desplaçaments tenint en compte alguna variable.	<b>3.2.</b> Situar i representar objectes, llocs i la pròpia posició en plànols i mapes; orientar-se i desplaçar-se utilitzant els instruments adequats i planificar desplaçaments tenint en compte diverses variables.	<b>3.3.</b> Situar i representar objectes, llocs i la pròpia posició de manera precisa en plànols i mapes de diversos tipus. Orientar-se i desplaçar-se amb precisió utilitzant els instruments adequats i planificar desplaçaments relacionant diferents variables.